



COMUNE DI TRAMONTI

Provincia di Salerno

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE

N. 82

del 04.07.2019

OGGETTO: PREMIO LETTERARIO CITTÀ DI TRAMONTI “PIETRO TAGLIAFIERRO” - POC 2014-2020. AVVISO DI SELEZIONE DI EVENTI DA INSERIRE NEL PROGRAMMA UNITARIO DI EVENTI PER LA PROMOZIONE TURISTICA DELLA CAMPANIA DI RILEVANZA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE PERIODO GIUGNO 2019 - GIUGNO 2020 EX D.G.R.C. N. 236/2019 E D.D. N. 232/2019- APPROVAZIONE PROPOSTA PROGETTUALE.

L'anno **duemiladiciannove** il giorno **quattro** mese di **luglio** alle ore **16,30** nella Casa Comunale.

La Giunta Comunale, legalmente convocata, si è radunata sotto la presidenza del Sindaco Domenico Amatruda, nelle persone dei signori:

- | | | |
|----|-------------------------------|-------------|
| 1) | Amatruda Domenico | Sindaco |
| 2) | Campanile Paolo | } Assessori |
| 3) | Palladino Anastasia | |
| 4) | Savino Vincenzo - Vicesindaco | |
| 5) | Siani Assunta | |

Assenti i signori: -----

Assiste il Segretario Generale **dott.ssa Mirla Troncione**.

IL PRESIDENTE

Constatato il numero legale degli intervenuti dichiara aperta l'adunanza ed invita i presenti alla trattazione dell'argomento in oggetto.

LA GIUNTA COMUNALE

Vista la propria competenza in ordine all'adozione del presente provvedimento ai sensi dell'art. 48 del D. L.vo 267/2000;

Vista la proposta di deliberazione allegata, avente ad oggetto: "PREMIO LETTERARIO CITTÀ DI TRAMONTI "PIETRO TAGLIAFIERRO"" - POC 2014-2020. AVVISO DI SELEZIONE DI EVENTI DA INSERIRE NEL PROGRAMMA UNITARIO DI EVENTI PER LA PROMOZIONE TURISTICA DELLA CAMPANIA DI RILEVANZA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE PERIODO GIUGNO 2019 - GIUGNO 2020 EX D.G.R.C. N. 236/2019 E D.D. N. 232/2019- APPROVAZIONE PROPOSTA PROGETTUALE".

Con voti favorevoli unanimi espressi nei modi legali;

DELIBERA

- 1) Di approvare l'unita proposta di deliberazione avente ad oggetto: "PREMIO LETTERARIO CITTÀ DI TRAMONTI "PIETRO TAGLIAFIERRO"" - POC 2014-2020. AVVISO DI SELEZIONE DI EVENTI DA INSERIRE NEL PROGRAMMA UNITARIO DI EVENTI PER LA PROMOZIONE TURISTICA DELLA CAMPANIA DI RILEVANZA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE PERIODO GIUGNO 2019 - GIUGNO 2020 EX D.G.R.C. N. 236/2019 E D.D. N. 232/2019- APPROVAZIONE PROPOSTA PROGETTUALE".
- 2) Con successiva votazione favorevole unanime e palese, delibera di dichiarare la presente immediatamente eseguibile.



COMUNE DI TRAMONTI
PROVINCIA DI SALERNO

Proposta di Deliberazione della Giunta Comunale

OGGETTO: PREMIO LETTERARIO CITTÀ DI TRAMONTI “PIETRO TAGLIAFIERRO” - POC 2014-2020. AVVISO DI SELEZIONE DI EVENTI DA INSERIRE NEL PROGRAMMA UNITARIO DI EVENTI PER LA PROMOZIONE TURISTICA DELLA CAMPANIA DI RILEVANZA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE PERIODO GIUGNO 2019 - GIUGNO 2020 EX D.G.R.C. N. 236/2019 E D.D. N. 232/2019- APPROVAZIONE PROPOSTA PROGETTUALE.

IL SINDACO

Premesso che:

- la Legge Regionale n. 18/2014 “Organizzazione del Sistema Turistico in Campania” assume che tra le finalità attribuite alla Regione vi è quella di promuovere e consolidare l’immagine unitaria e complessiva del sistema turistico regionale, valorizzando le risorse turistiche dei patrimoni diffusi del territorio regionale anche delle aree interne e di promuovere l’immagine turistica della Campania in ambito nazionale ed internazionale;
- il Programma Operativo Complementare (POC Campania 2014/2020) assentito in sede di Conferenza Stato Regione, articolato in Assi e in azioni operative, è stato approvato dal CIPE nella seduta del 1/05/2016;
- nell’ambito della complessiva strategia regionale, la linea di azione del POC 2014-2020 “Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura” assume l’obiettivo di “promuovere il territorio proponendo percorsi integrati che uniscano il tradizionale patrimonio naturale a visite a centri storici e a siti culturali, coinvolgendo anche le diverse filiere di prodotto (termale, enogastronomica, ambientale, religiosa, ecc.)” con la partecipazione delle comunità locali;
- con Deliberazione n. 236 del 04/06/2019, la Giunta Regionale della Campania ha inteso avviare la definizione, per il periodo “giugno 2019 – giugno 2020”, di un unitario programma di interventi ai fini dello sviluppo turistico, programmando risorse per complessivi € 12.000.000,00 a valere sulle risorse del POC 2014-2020, linea strategica “Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura”, di cui € 2.500.000,00 destinati agli Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale (Azione 3);
- con Decreto Regionale n. 232 del 18/06/2019, in attuazione della citata DGRC 236/2019, la Regione Campania ha approvato un Avviso Pubblico, e relativi allegati, per la selezione delle proposte progettuali che andranno a costituire l’unitario programma di eventi per la promozione turistica della Campania da realizzarsi sul territorio regionale nel periodo “giugno 2019 - giugno 2020” da finanziare a valere sulle risorse del POC 2014-2020, linea strategica “Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura”;

Considerato che:

- il citato Decreto Regionale n. 232 del 18/06/2019 stabilisce che:

- o la partecipazione alla procedura selettiva è riservata ai Comuni non capoluogo della Regione Campania, con un'unica proposta progettuale, richiedendo, per l'azione 3 (forma singola), un finanziamento massimo pari a € 70.000,00 (settantamila/00);
- o i Comuni beneficiari devono garantire il rispetto dell'importo complessivo della proposta progettuale presentata e, pertanto, qualora vengano meno talune delle eventuali fonti di entrata ulteriori rispetto al finanziamento regionale, dovranno accollarsi le spese per un valore corrispondente alle entrate cessate, pena la non concessione o la revoca del finanziamento.
- l'Amministrazione è interessata a partecipare ad un percorso di valorizzazione e promozione dei propri "luoghi", "valori" e "patrimoni" specifici, da realizzarsi attraverso l'organizzazione di un evento, sia perché contribuisce alla crescita del numero di turisti e di visitatori, sia perché migliora l'immagine e la notorietà delle città, sia perché, attraendo investimenti e finanziamenti, crea effetti economici moltiplicativi rilevanti, sia perché rappresenta l'opportunità per una migliore organizzazione e strutturazione del sistema di accoglienza del territorio;
- detti obiettivi possono essere perseguiti attraverso una Proposta Progettuale da presentare alla Regione Campania - Direzione Generale per le Politiche Culturali e il Turismo - Centro Direzionale - Isola C5 - V piano - 80143 Napoli per la partecipazione all'Avviso di cui al Decreto Dirigenziale n. 232 del 18/06/2019;
- l'allegata proposta progettuale "PREMIO LETTERARIO CITTÀ DI TRAMONTI "PIETRO TAGLIAFIERRO"", redatta dal Responsabile del Settore Economico-Finanziario, rappresenta un'occasione per lo sviluppo economico e turistico dell'area ed in particolare persegue il seguente obiettivo: valorizzazione delle risorse turistiche del patrimonio identitario, culturale, artistico e folkloristico del territorio di Tramonti, promuovendo la propria immagine turistica in ambito sia regionale, che nazionale ed internazionale, in perfetta coerenza con le finalità della legge regionale n. 18/2014 "Organizzazione del Sistema Turistico in Campania";

Visti:

- il d.lgs. nr. 267/2000;
- il Regolamento sull'Ordinamento degli Uffici e dei Servizi;
- il parere favorevole di regolarità tecnica, espresso ai sensi dell'art. 49, 1° comma, del D.Lgs n.267/2000, dal Responsabile del Settore Economico-Finanziario;
- il parere favorevole di regolarità contabile, espresso ai sensi dell'art. 49, 1° comma, del D.Lgs n.267/2000, dal Responsabile del Settore Economico-Finanziario;

PROPONE DI DELIBERARE

1. di dare atto che le premesse costituiscono parte integrante e sostanziale del dispositivo;
2. di approvare la proposta progettuale: "Premio letterario Città di Tramonti "Pietro Tagliafierro"" - POC 2014-2020. Programma unitario di eventi per la promozione turistica della Campania di rilevanza nazionale ed internazionale in forma singola (azione 3) - periodo giugno 2019 - giugno 2020 ex DGRC. n. 236/2019 e DD n. 232/2019 del costo complessivo di € 77.600,00 con il seguente Piano finanziario:

ENTRAT E		€ 77.600,00
A	Finanziamento richiesto alla Regione	€ 70.000,00
B	Diretta partecipazione finanziaria Comune di Tramonti	€ 7.600,00

3. di impegnarsi all'accollo delle spese per un valore corrispondente alle entrate extra-regionali che, per qualsivoglia motivazione, dovessero successivamente venire meno;
4. di nominare il dott. Giuseppe Marruso, funzionario di categoria D, nella sua qualità di Responsabile del Settore Economico-Finanziario di questo Ente, Responsabile Unico del Procedimento (R.U.P.) in ordine alla realizzazione della proposta progettuale oggetto della presente deliberazione;
5. di dichiarare la presente, con successiva ed unanime votazione, immediatamente eseguibile, ritenendo sussistere il presupposto dell'urgenza, costituito dall'inconciliabilità dei tempi richiesti dalla vigente normativa ai fini dell'esecutività del provvedimento, con la necessità che gli Uffici diano tempestiva esecuzione agli adempimenti inerenti e conseguenti a quanto reso oggetto di deliberazione;
6. di comunicare in elenco la presente deliberazione ai Capigruppo consiliari, contestualmente all'affissione all'albo pretorio, ai sensi dell'art. 125 del D.L.vo 28/08/2000 n. 267 ed all'inserimento nell'Albo on line reperibile sul sito istituzionale dell'Ente.

Il Sindaco
f.to Domenico Amatruda

PARERE DI REGOLARITA' TECNICA:

Il sottoscritto dott. Giuseppe Marruso, Responsabile dell'Area interessata, in ordine alla proposta di deliberazione innanzi riportata, esprime parere FAVOREVOLE e attesta la regolarità e la correttezza dell'azione amministrativa.

Data 04.07.2019

Il Responsabile del settore Finanziario
f.to Dott. Giuseppe Marruso

PARERE DI REGOLARITA' CONTABILE:

Il sottoscritto dott. Giuseppe Marruso, Responsabile dell'Area interessata, in ordine alla regolarità contabile della proposta di deliberazione innanzi riportata, esprime parere FAVOREVOLE, ai sensi degli artt. 49, comma 1 e 147 bis, comma 1, del D. Lgs. n. 267/2000.

Data 04.07.2019

Il Responsabile del settore Finanziario
f.to Dott. Giuseppe Marruso

PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020

LINEA STRATEGICA "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA"

AZIONE 3: "EVENTI DI RILEVANZA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE"

PROPOSTI DA COMUNI NON CAPOLUOGO IN FORMA SINGOLA

DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N. 236/2019

PROGRAMMA "GIUGNO 2019 – GIUGNO 2020"

SCHEDA PROGETTUALE

A	IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO	
1)	Titolo del progetto	Premio letterario Città di Tramonti "Pietro Tagliaferro"
2)	Comune proponente	Comune di Tramonti
	Codice Fiscale/Partita IVA	80023040654
	Sede principale	Piazza Treviso 1 - 84010
	Telefono	089-856811
	Fax	089-876522
	E-Mail e PEC	Mail info@comunetramonti.it PEC protocollo.tramonti@asmepec.it
3)	Legale Rappresentante	Domenico Amatruda
4)	Responsabile Unico del Procedimento	Giuseppe Marruso Responsabile dell'Area Finanziaria
	Telefono	089 856805 - 089 856804 cell. 339/2098210
	Fax	
	E-Mail e PEC	Mail ragioneria@comunetramonti.it PEC comune.tramonti@anutel.it

C	DESCRIZIONE DELL'EVENTO	
1)	<p align="center">Oggetto, Finalità ed obiettivi dell'evento</p>	<p align="center"><i>Descrivere l'evento e specificare le finalità dello stesso.</i></p>

Oggetto

L'idea di istituire questo premio è nata dai ragazzi del Servizio Informagiovani e ispirata dalla vicenda di un loro coetaneo disabile, salito al cielo in giovanissima età, che amava scrivere poesie, Pietro Tagliaferro. L'esempio del giovane Pietro, che nella poesia aveva trovato la via per superare le difficoltà della sua vita, ha fatto capire alla comunità tramontana una cosa importante: la via dell'arte non è preclusa a nessuno. Si è quindi deciso di trasformare questo insegnamento in pura occasione, dando a tutti l'opportunità di esprimere la nobiltà del loro animo e di dimostrare la bellezza della loro arte.

Il Premio Artistico Letterario rappresenta uno degli appuntamenti culturali di primo piano, non solo per Tramonti ma anche per tutta la Regione Campania, grazie soprattutto alla cerimonia conclusiva, quando il Comune di Tramonti ospiterà autorità, artisti, giornalisti e scrittori di fama nazionale e internazionale.

L'edizione 2020 potrà contare su un ricco parterre di ospiti, una struttura rinnovata e una cerimonia di premiazione che prevederà sorprese per i più piccoli e soprattutto per gli istituti scolastici. Il bando di partecipazione sarà pubblicato in data 8 luglio 2019 all'albo pretorio del Comune di Tramonti e ripreso dagli albi pretori di molti altri enti pubblici, non solo campani, oltre ad essere stato oggetto di divulgazione da parte di mass media e di soggetti pubblici e privati, soprattutto del settore della letteratura e dell'arte. Il bando e tutte le informazioni sono comunque disponibili sul sito web del Comune proponente. Il concorso, i cui termini per la partecipazione scadranno a febbraio 2020, è rivolto ad artisti, poeti e scrittori italiani, e si compone di due categorie : 1^ categoria rivolta ad artisti, poeti e scrittori italiani; 2^ categoria rivolta alle scuole elementari e medie. Le due categorie sono divise in diverse sezioni, come meglio specificato più avanti, nella parte del formulario dedicata al programma. Per ogni sezione verrà dichiarato un unico vincitore al quale sarà assegnato un premio in gettoni d'oro. Ovviamente la partecipazione al concorso è gratuita e alcune opere presentate verranno esposte all'interno del Comune di Tramonti e potranno essere riunite in un catalogo, che sarà a disposizione dei partecipanti senza alcuno scopo di lucro.

La premiazione sarà preceduta da un incontro con gli alunni delle scuole coinvolte, sul tema dell'edizione 2020, ossia "Radici", durante il quale sarà affrontato un dibattito e il resoconto dei Laboratori Didattici organizzati e sviluppati nel corso dell'Anno scolastico nelle classi della scuola primaria e secondaria di primo grado dell'Istituto Comprensivo "G. Pascoli" di Tramonti.

Con l'attuale edizione vogliamo porre l'attenzione su uno degli aspetti che caratterizzano il fenomeno migratorio, oggi tanto sentito. Lasciare il proprio paese vuol dire anche vivere le sensazioni di chi, dopo anni, ritrova i luoghi natali e la sua gente. "Radici" è, appunto, il tema di questa edizione. Tema che vogliamo, però, intendere in senso molto ampio. Radici sono quelle che filosoficamente si identificano nei principi dei quattro elementi: aria, acqua, terra e fuoco. Elementi che generano, rendono visibile il mondo e rendono possibile la conoscenza. Radici sono quelle che nella terra affondano per trarne linfa e produrre frutto, radici sono quelle di un popolo che si nutre delle multiformi e varie proprietà organolettiche che generano una cultura mai chiusa, ma come la terra, appunto, pronta ad ospitare il

seme che l'uomo, ogni uomo, vorrà gettarvi: semi del bene e purtroppo del male. Radici del mondo, radici del genere umano: "Un paese vuol dire non essere soli, sapere che nella gente, nelle piante, nella terra c'è qualcosa di tuo, che anche quando non ci sei resta ad aspettarti" (Cesare Pavese). In ogni angolo del mondo la vita è possibile solo grazie a quelle radici che non sono proprietà di un popolo e di una cultura, ma del genere umano. Sono radici che generano vita oltre ogni confine!

Cosa vuol dire allora oggi cercare e custodire le proprie radici? Quelle degli affetti, dei luoghi, dei ricordi? La memoria è la radice-antidoto contro ogni ideologia identitaria, radice/i non è sinonimo di radicalizzazione. Ricordare e fare memoria delle proprie radici è conoscere, in maniera autentica, la storia del proprio paese, del proprio popolo che è sempre storia di incontri, di scambi, così come il Mediterraneo, il mare – oggi segno di vita e di morte allo stesso tempo che taglia le radici della vita a tanti migranti – sul quale ci affacciamo, ci ricorda. Oggi lo sradicamento terribile che viviamo non è quello geografico, ma dall'umanità che ha perso il radicamento alla solidarietà, alla compassione, determinando nuove periferie esistenziali.

Conservare e difendere le radici, vuol dire oggi, condividerle e nutrirlle reciprocamente, ricordando che non c'è identità "pura" ma che ogni identità si è nel tempo e nella storia costruita grazie all'incontro tra radici. E, allora, il tema della XV edizione del Premio artistico-letterario "Città di Tramonti" vuole sensibilizzare e richiamare le persone sull'importanza di coltivare le proprie radici come dialogo incessante tra uomini che intendono conservare l'unica radice della vita.

L'edizione 2020 del Premio è arricchita dalla conferma di un esperimento creativo tentato nella edizione 2019 con successo, basato sulla fusione di due forme artistiche solo apparentemente distanti ma in realtà estremamente convergenti: la letteratura e il cinema. La tre giorni del Premio letterario vedrà, infatti, due incontri dedicati al Masterclass "L'arte di fare cinema: scrittura, regia e recitazione", dove registi ed esperti di scrittura creativa introdurranno 30 giovani partecipanti del Premio letterario, scelti tra i più meritevoli e motivati, al processo di trasformazione del linguaggio da quello letterario a quello cinematografico.

L'intento è quello di dimostrare, sia ai partecipanti del Premio che a tutti i visitatori, che la cultura può avere diverse forme, e che la cultura letteraria può, disponendo di mezzi e competenze, trasformarsi in nuove e diverse forme, nello specifico quello del cinema. Si vuole mostrare che anche una forma d'arte "inerte" come un'opera letteraria può diventare dinamica, può essere trasposta in forme in movimento, senza per questo perdere alcunchè dell'impatto emotivo originario, anzi accrescendone la carica espressiva. Il tutto, nell'ottica di promozione della cultura alla base dell'idea del Premio, ma declinata nelle sue forme più varie e affascinanti.

Nello specifico, nei due incontri si affronteranno, dapprima dal punto di vista teorico, le conoscenze sottese al processo di scrittura e sceneggiatura di un film, per poi passare al secondo incontro dove tale sceneggiatura sarà messa in opera con l'uso di videocamere professionali e sistemi di montaggio all'avanguardia. L'incontro sarà preceduto dalla proiezione, a fini didattici, di un corto dal titolo "Contenere l'infinito", per la regia di Alessandro Ferrara. Il masterclass sarà coordinato dalla Associazione "O' Globo ONLUS" di Angri, organizzatrice di 13 edizioni del COFFI (CortOglobo Film Festival Italia) e tenuto dall'attore Sebastiano Somma e dall'esperto di scrittura creativa Gabriele Gargiulo. Le aree tematiche scelte saranno ovviamente coerenti con il tema 2020 del Premio letterario. Al termine del corso, il gruppo avrà prodotto una sceneggiatura per un cortometraggio che verrà presentato in anteprima all'interno del COFFI (CortOglobo Film Festival Italia) e inviato ai maggiori festival del cortometraggio italiani e stranieri, così da contribuire alla promozione del territorio tramontano e campano, incentivando nuovi e più consistenti flussi turistici in entrata.

Al termine del corso verrà anche rilasciato un attestato di partecipazione ai ragazzi da inserire nei loro curriculum scolastici in modo che quelli che sceglieranno di seguire la strada del cinema disporranno di

un buon biglietto da visita per il futuro.

Altri soggetti coinvolti nelle fasi propedeutiche e di realizzazione della manifestazione sono i membri delle associazioni Culturali del territorio e del Forum dei Giovani di Tramonti, volontari del Servizio civile nazionale, la Cooperativa sociale Gea e la Cooperativa Trasporti Tramonti Mobilità, oltre ad aziende agricole e vinicole, attività commerciali e strutture ricettive del territorio.

Finalità generale

La finalità dell'iniziativa è principalmente quella di promuovere la cultura letteraria, ma riprendendo e ravvivando la memoria collettiva e quindi culturale e identitaria del territorio di Tramonti, attraverso la promozione delle forme d'arte più soggettive ed intime dell'animo umano: poesia, narrativa, scultura, cinematografia, pittura, fotografia, ecc. Offrendo a chiunque l'opportunità di esprimere la nobiltà del proprio animo e di dimostrare la bellezza della propria arte, si cercherà anche in questa edizione di creare un momento di riflessione e di crescita personale in un periodo storico fatto di incertezze, di pericoli ed intolleranza. Da qui il tema dell'edizione 2019 "Le migrazioni", che cercherà di mostrare, sia attraverso le produzioni letterarie, sia attraverso i momenti di confronto e divulgazione culturale previsti, le analogie e le differenze tra le identità nostrane e quelle straniere, tra i modi in cui i nostri paesi vivono l'ordinario e i modi in cui paesi lontani vivono lo straordinario. Si cercherà anche di cogliere, o fornire degli spunti per farlo, i modi in cui questa nostra identità si trasformerà, arricchendosi, grazie al contributo portato da altri popoli, e i modi in cui questa identità potrà essere conservata e valorizzata. Partendo da questa base, la finalità si allarga a cercare di valorizzare le altre risorse del patrimonio turistico, paesaggistico e antropologico del territorio di Tramonti, promuovendone l'immagine turistica in ambito regionale, nazionale e internazionale, come programmato anche dalla L.R. n. 18/2014 "Organizzazione del Sistema Turistico in Campania".

Obiettivi

Oltre alla citata Legge Regionale, e in linea con la Costituzione italiana, lo Statuto regionale e la Convenzione UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale, con la presente proposta progettuale si intendono perseguire, tra l'altro, i seguenti obiettivi:

- creare offerte integrate volte a favorire la conoscenza e la valorizzazione delle risorse inutilizzate o sottoutilizzate della Campania, rendendo maggiormente fruibile il patrimonio storico e culturale a cittadini e turisti, incrementando sia la partecipazione agli eventi e alle manifestazioni legate alle tradizioni e alla cultura locale, in un'ottica di cooperazione sistemica tra enti locali, operatori del settore e in generale la comunità locale, sia la partecipazione alla valorizzazione del patrimonio immateriale (artistico, culturale e turistico) del Comune proponente attraverso la realizzazione di eventi e iniziative artistico - culturali connesse alla storia del territorio;
- consolidare il ventaglio dell'offerta turistica cittadina, creando nuovi servizi turistici non esistenti prima e rafforzando quelli già presenti (vedi sezione dedicata del formulario), valorizzando le risorse storiche, artistiche, monumentali e culturali del territorio tramontano, aumentandone la riconoscibilità a livello regionale, nazionale e internazionale favorendo la crescita e la strutturazione di luoghi aggregativi per giovani e meno giovani;
- intercettare e destagionalizzare i cospicui flussi turistici italiani ed esteri, in transito per il comune di Tramonti principalmente nella stagione balneare, puntando ad allungare la stagione turistica dai 5/6 mesi attuali ad almeno 8 o 9. L'obiettivo è sia ragionevole che possibile in quanto anche altre realtà del territorio stanno muovendosi in direzione di una accresciuta offerta turistica durante le stagioni non estive;
- valorizzare le tipicità locali e gli elementi identitari, insiti nella cultura tramontana, riscoprendoli, descrivendoli e illustrandoli a beneficio dei tanti cittadini e visitatori che nel periodo dell'evento

affolleranno le locations prescelte. Le tipicità e tradizioni descritte più avanti saranno veicolate sia nel corso della conferenza di presentazione del progetto, sia con il piano di comunicazione, sia con personale appositamente dedicato durante i giorni dell'evento, oltre che con il personale dei servizi turistici esistenti (info-point, servizi comunali, ecc.);

- valorizzare le strutture e servizi turistici presenti nell'area, producendo valore materiale e immateriale per il territorio, creando economia locale e occupazione soprattutto giovanile, anche: facendo crescere la rete sociale e migliorando la comunicazione nel territorio; promuovendo la nascita di tavoli di lavoro attivi capaci di realizzare e diffondere efficacemente la cultura tramontana attraverso la costruzione di processi in grado di favorire la valorizzazione di un più articolato patrimonio di conoscenze che permettano una crescita della comunità e che consentano ai vari attori sociali ed economici che la compongono di confrontarsi sui contenuti e sui valori espressi dal presente progetto; superando la dimensione locale attraendo i flussi turistici con conseguente ampliamento della domanda turistica grazie all'organizzazione di eventi culturali; promuovendo le interrelazioni storiche e culturali tra territori vicini geograficamente ma non sempre politicamente sul mercato turistico italiano ed estero, valorizzando tipicità, tradizioni ed elementi di attrattiva presenti sul territorio; incoraggiando l'aggregazione e la cooperazione tra pubblico e privato, tra associazioni, enti culturali, istituzioni pubbliche, negozianti, esperti del settore, artisti, ecc.
- attivare e promuovere nei cittadini il senso di appartenenza alla comunità, riscoprendo il senso di appartenenza e promuovendo nuove sensibilità educative e formative, per averare il riscatto culturale della realtà tramontana;
- veicolare e divulgare l'immagine turistica del territorio, nell'ambito di una strategia condivisa dalla Regione ed in coerenza con la stessa;
- rafforzare la conoscenza dell'attrattività del territorio di Tramonti e dei paesi limitrofi della Costa d'Amalfi, oltre che di quello della Campania nel suo insieme, ricca di tradizioni culturali e artistiche simili.

Integrazione degli aspetti sociali nell'offerta turistica

La presente proposta progettuale integra anche aspetti sociali nell'offerta turistica. Nello specifico, gli aspetti sociali particolarmente evidenziati sono:

- **la disabilità**, presente già nella figura di Pietro Tagliaferro, al quale è dedicato il Premio, intesa non come un limite ma come una possibilità, di amare cioè la vita in qualsiasi circostanza, esattamente come ha fatto Pietro regalando pezzi straordinari della sua anima ed emozioni irripetibili;
- **le radici**, tema dell'edizione 2019.

Tali aspetti saranno integrati nell'offerta turistica perché saranno parte integrante delle opere partecipanti offerte alla fruizione dei turisti. Verranno cioè affrontati sia in tutte le produzioni letterarie e artistiche in concorso, sia nel giorno precedente la premiazione, attraverso le attività collaterali, quali una relazione scientifica sul valore delle migrazioni, indagini e report numerici sulle migrazioni in Italia e in Europa, un resoconto didattico, laboratori, un dibattito, ecc.)

Inoltre, si è già detto come, anche nelle passate edizioni, l'amministrazione comunale sia sempre stata molto sensibile alle questioni delle pari opportunità e del rispetto verso le fasce più deboli. Anche in questa edizione si spingeranno sia gli attori direttamente coinvolti nella preparazione e realizzazione del progetto, sia i soggetti pubblici e privati dell'indotto (negozi, associazioni, enti, ecc.), a coinvolgere i soggetti più deboli e bisognosi (disabili, a basso reddito, provenienti da ambienti socialmente svantaggiati, e così via) nelle proprie attività, ad esempio in azioni di comunicazione (dalla redazione

testi alla stampa, al volantinaggio), di preparazione della premiazione (raccolta e organizzazione delle proposte pervenute) o di vera e propria fornitura di servizi turistici (guide, accompagnatori, traduttori, hostess e stewards, presenza negli infopoint, autisti delle navette, ecc.).

L'integrazione degli aspetti sociali nell'offerta turistica passa attraverso la convinzione che tenere conto della componente sociale del territorio (soggetti svantaggiati, sostegno alle politiche di genere, rispetto delle pari opportunità, ecc.) sia non un obbligo normativo o una questione morale, bensì una intelligente azione di qualificazione e modernizzazione della propria offerta turistica. Si ritiene infatti che coinvolgere quei soggetti appartenenti alle fasce più disagiate del territorio (disoccupati, indigenti o in stato di povertà, portatori di handicap, persone provenienti da quartieri e aree ad alto tasso di criminalità, donne e giovani in generale) in tutte le fasi di progettazione e realizzazione dell'evento sia una risorsa per il territorio, in quanto, da una parte, si beneficia dell'apporto di idee, opinioni e contributi provenienti da gente maggiormente stimolata e motivata ad uscire dal proprio stato di difficoltà e, dall'altra, si contribuisce ad evitare il peggioramento di uno stato di disagio sociale che comporterebbe unicamente più costi alla comunità.

2)	Coerenza dell'evento con gli obiettivi e le finalità dell'avviso	<i>Indicare le motivazioni che inducono a ritenere il progetto coerente con gli obiettivi dell'avviso (art. 2.1 dell'avviso).</i> <i>Se l'idea progettuale si articola in più iniziative, queste dovranno essere fortemente integrate tra loro, nel tempo e nello spazio, in modo da non poter essere riconosciute nella loro individualità, ma percepite come manifestazioni dell'evento unico.</i>
----	---	---

Si ritiene il progetto del tutto coerente con gli obiettivi e le finalità dell'avviso, in quanto, in linea con le previsioni di cui all'art. 2.1, la presente proposta progettuale:

1. tende a creare un'offerta integrata volta a favorire la conoscenza e la valorizzazione delle seguenti risorse della tradizione della Campania:
 - il particolare processo di costruzione della produzione letteraria e artistica legata alla storia e alle tradizioni identitarie della comunità tramontana, attraverso le varie fasi della condivisione iniziale, costruzione secondo un tema predefinito, partecipazione al concorso seguendone regole precise ed esposizione pubblica delle opere prodotte;
 - la manifestazione popolare associata a momenti significativi e identitari della vita sociale di una comunità. Nel particolare, il ricordo di una figura di rilievo della comunità tramontana, prematuramente scomparsa, diventata fonte di ispirazione per tanta gente del luogo, soprattutto di giovane età;
 - i mezzi espressivi e le performance artistiche che caratterizzano l'identità di una comunità, nello specifico: narrativa, poesia, pittura, fotografia, scultura, ceramica e cortometraggi;
 - elementi propri del patrimonio culturale immateriale. Nello specifico, si pensa alla suggestiva cornice dei monti Lattari, delimitanti la costiera amalfitana, che nei secoli hanno ispirato le azioni quotidiane di intere generazioni, e quindi il sedimentarsi di una cultura montana e devota a una natura selvaggia e ai prodotti che questa offre, oltre che opere artistiche di rilievo non solo locale;
2. integra gli aspetti sociali nell'offerta turistica, con un alto impatto sull'economia e sulla comunità locale. Nello specifico, gli aspetti sociali di cui già si è detto, ossia la disabilità e l'emigrazione, avranno un impatto rilevantissimo sulla economia e sulla comunità locale, perché spingeranno un intero territorio a un momento di riflessione e crescita interiore su temi particolarmente sentiti,

specialmente nel periodo storico e politico attuale. Inoltre, affrontare tali temi permetterà alla comunità di imparare a gestire una risorsa, quella dei migranti, il cui impatto economico può essere sia valorizzante sia devastante, a seconda di come viene, appunto, gestita. Si pensi al dibattuto tema dell'utilizzo delle già scarse risorse lavorative da parte dei migranti, o al loro contributo previdenziale. Formare una comunità su questi temi permetterà sia di migliorarne aspetti umani, quali la tolleranza e l'accoglienza, sia di incrementarne l'aspetto economico, attraverso il migliore utilizzo possibile delle competenze e abilità dei migranti;

3. valorizza strutture e servizi turistici presenti nell'area interessata. Questo aspetto sarà approfondito nella sezione 4 del formulario, ma basti pensare all'enorme afflusso di partecipanti e visitatori che verranno a Tramonti attratti dal concorso e dalle personalità ospiti, magari abbinando un viaggio alla scoperta delle meraviglie di questa terra. A tale domanda turistica corrisponderà, come si vedrà più avanti, una adeguata offerta di servizi e strutture turistiche, ampliata e valorizzata per l'occasione;
4. incentiva forme di cooperazione ed aggregazione tra soggetti pubblici e privati interessati alla realizzazione di iniziative per il rafforzamento del senso di appartenenza della comunità e per il miglioramento della qualità e la modernizzazione dell'offerta turistica. Nello specifico, a queste ultime azioni, tenderanno forme organizzative e di collaborazione sia già sperimentate, sia innovative, tra l'amministrazione comunale ed alcuni soggetti pubblici e privati quali Pro loco, Ept, Camera di Commercio, associazioni Culturali del territorio e del Forum dei Giovani di Tramonti, volontari del Servizio civile nazionale, la Cooperativa sociale Gea e la Cooperativa Trasporti Tramonti Mobilità, oltre ad aziende agricole e vinicole, attività commerciali e strutture ricettive del territorio

3)	Mercato nazionale/internazionale di riferimento	<i>Indicare la connotazione geografica delle componenti del mercato interessato ed il collegamento con l'evento. Specificare le modalità di superamento della dimensione locale attraverso la realizzazione dell'evento.</i>
-----------	--	--

Il mercato di riferimento dell'iniziativa è senza dubbio di respiro nazionale e internazionale, dimensione adeguata se solo si pensa all'attrattiva esercitata sul mondo intero, e ai flussi di turisti che già vi arrivano, dalle vicine località di Paestum, costiera amalfitana, Pompei, Napoli, ecc., oltre che alla fama internazionale di cui godono gli artisti invitati all'evento.

Di conseguenza, i destinatari prioritari dell'evento risultano essere turisti sia italiani che stranieri, sia quelli che hanno già scelto di venire a trascorrere le loro vacanze nelle più note località limitrofe della costiera amalfitana, Pompei, Napoli, Paestum, ecc., sia quelli ancora indecisi, o che preferiscono altre tipologie di turismo da noi non praticabili (es: turismo termale, lacuale, congressuale, ecc.)

Dal punto di vista della provenienza, se per quanto riguarda l'Italia l'area interessata comprende tutte le regioni, per le provenienze straniere si ritiene che l'evento attirerà visitatori da quelle nazioni che, per vari motivi, sono più inclini alla scelta di località come quella del comune proponente, ossia: 1) quelle nazioni prive di località balneari (che quindi già scelgono le coste campane per le proprie vacanze) come l'Europa del centro-nord (Germania, Olanda, Austria, Inghilterra, Belgio, ecc, oltre ai vari paesi dell'est); 2) quelle nazioni con una alta incidenza di turismo artistico e culturale, quali quelle dell'estremo Oriente (Giappone fra tutti); 3) quelle nazioni che preferiscono la nostra regione per ragioni di tipo culturale (perché affascinati dalla storia e tradizioni del nostro Paese) o identitarie (perché sono state destinazioni dei nostri emigranti: Stati uniti e Canada su tutti, oltre a quelle europee già citate).

A favore di una dimensione internazionale del mercato di riferimento gioca la posizione geografica strategica di Tramonti è strategica. Da un punto di vista turistico e geografico essa è centrale rispetto

alle attrattive culturali, archeologiche, paesaggistiche e balneari più note della Campania, se non dell'intero Sud Italia, quali gli scavi di Pompei e di Ercolano, Ravello, Salerno, Paestum ed il Cilento e, soprattutto, la Costiera amalfitana, della quale costituisce la porta se non obbligata, sicuramente più suggestiva ed emozionante sotto il profilo paesaggistico. Questa considerazione è supportata dalla "Indagine Campionaria sul Turismo Internazionale 2012-2015" realizzata dalla Banca d'Italia, secondo la quale la Costiera Amalfitana risulta essere il marchio più geograficamente ricercato dai turisti di tutto il mondo. Il superamento della dimensione locale attraverso la realizzazione dell'evento sarà garantito dalla fama internazionale di cui la costiera amalfitana gode e che sarà alimentata presso i mercati di riferimento con un sapiente e mirato piano di comunicazione. Inoltre, l'evento sarà pubblicizzato non tanto nelle città contigue a Tramonti, quanto presso i territori vicini, famosi a livello mondiale per altre tipologie di turismo (archeologico a Pompei, Ercolano e Paestum; paesaggistico nel Cilento; monumentale a Napoli e Caserta, ecc.). Infine, una ragionata opera di costruzione di sinergie con soggetti pubblici e privati garantirà a Tramonti quella forza di penetrare il mercato nazionale e internazionale con un dispendio minore di risorse e una efficacia sicuramente maggiore.

4)	Luogo di svolgimento:	
4.1)	Locations	<i>Descrivere locations e area interessata</i>

Come da programma, l'incontro con gli alunni e la cerimonia di premiazione si terranno, rispettivamente, presso la Sala Teatro dell'Istituto Comprensivo "G. Pascoli" di Tramonti e presso l'Aula consiliare comunale.

Sala Teatro dell'Istituto Comprensivo "G. Pascoli" di Tramonti

La Sala teatro conta circa 100 posti divisi in due file con poltroncine singole. Il palco è sopraelevato, circa un metro e 20 cm, ed è ampio 4 x 8 metri (all'occorrenza, stringendo le quinte, l'ampiezza può raggiungere 6 x 8 metri). Non è dotato di impianto audio o video e neanche di struttura fissa per il montaggio di quinte e attrezzature varie, questo per questioni di sicurezza (scelte che derivano dal fatto che si trova in un istituto comprensivo e può essere fonte potenziale di pericolo per i bambini) ma ci sono già tutte le predisposizioni, quindi di solito si noleggia tutto l'occorrente per gli eventi e poi si smonta tutto.

Attualmente ha tre entrate con porta antipanico e una parete semovibile in comune con la palestra della scuola. La palestra è molto grande (contiene un campo di pallavolo regolamentare) e comprende, ovviamente, anche spogliatoi e bagni.

Aula consiliare Comune di Tramonti

Di grande suggestione architettonica, ma soprattutto per il ruolo istituzionale di rappresentanza del governo democratico della città, l'aula consiliare ha sempre ospitato la Premiazione. L'intento è di conferire maggiore solennità e formalità a un momento di soddisfazione per i partecipanti, nonché per testimoniare la vicinanza e il sostegno della amministrazione comunale non solo ai concorrenti, ma anche alla memoria del giovane protagonista del Premio: Pietro Tagliafierro.

Altri momenti della manifestazione (come lo spettacolo musicale, il momento conviviale, il masterclass, il salotto letterario, ecc.) si terranno nelle seguenti locations:

- Piazza Treviso e adiacente Villa comunale
- Il Convento di san Francesco d'Assisi - Tramonti;

- Cappella Rupestre di San Michele Arcangelo – loc. Gete;
- Chiesa Sant’Erasmus – loc. Pucara;
- Chiesa Ascensione – Paterno Sant’Arcangelo;
- Chiesa di S. Giovanni Battista – loc. Polvica;

Immersa in una cornice di scenari di incomparabile bellezza paesaggistica, piazza Treviso è la piazza principale del paese, il punto centrale e di ritrovo della vita sociale e politica, luogo di incontro ludico e culturale (anche per la vicina "Casa del Gusto") e teatro di moltissimi momenti di aggregazione, dovuti allo svolgersi dei principali eventi del paese. La Villa comunale, dotata di grandi spazi e meta preferita di famiglie e cittadini in generale, è luogo di svolgimento di varie iniziative ad opera delle istituzioni e società civile del posto. Essa non può definirsi polmone verde della città per il solo fatto che l'intera città di Tramonti è immersa nel verde, di qui la particolare salubrità del luogo.

La Cappella Rupestre sita in frazione Gete è famosa per la sua posizione inserita in una cavità rocciosa. La chiesetta risale al XIII secolo e nella cavità rocciosa si possono ammirare le numerose tombe ricavate nella roccia. Il territorio del comune è però ricco di altre chiese non meno importanti come la Chiesa di S. Elia, sita nell'omonima frazione, dove possiamo ammirare il portale scolpito in pietra lavica e un'antica fonte battesimale risalente al 1458 recante lo stemma di Tramonti.

La più suggestiva è però senz'altro quella dell'Ascensione, che con l'annesso campanile costituisce uno degli esempi più antichi di edificio religioso locale. Non si hanno notizie certe sulla sua edificazione, ma da un'attenta osservazione, in base ai confronti con tipologie edilizie simili, si evince che la Chiesa risale, molto probabilmente, all’XI-XII secolo. La Chiesa ed il campanile, abbandonati per lunghissimo tempo, erano quasi ridotti allo stato di rudere; la cella campanaria, in particolare, era totalmente ricoperta di erbe ed in parte crollata; attualmente l'edificio, in seguito a numerosi rifacimenti e restauri è stato completamente recuperato e circa venti anni fa ed è divenuta la nuova Chiesa parrocchiale della frazione.

Il campanile, così come la chiesa, si presenta in stile romanico, con una tipologia architettonica molto simile a quella di moltissime altre torri campanarie del XII secolo, presenti in costiera amalfitana. Esso è realizzato interamente in pietra non squadrata, a pianta quadrata ed è costituito da quattro livelli, di cui, il primo, scavato nella roccia, è leggermente più largo rispetto agli altri e presenta una leggera scarpatura (nel mezzo, sul lato che prospetta verso il sagrato della chiesa vi è un portale con arco a tutto sesto cui si accede attraverso una rampa di scale); sui due piani intermedi si alternano rispettivamente, sui quattro lati: ampie monofore con arco a tutto sesto e, al terzo livello (separato del secondo da una fascia marcapiano aggettante in pietra) altrettante bifore con arco a tutto sesto. L'ultimo livello, che corrisponde alla cella campanaria, presenta una sezione ottagonale, con quattro monofore a tutto sesto (una ogni due lati) e, alla cima una cupoletta estradossata dalla tipica forma piramidale.

4.2)	Tipicità locali e tradizioni valorizzate	<i>Descrivere tipicità e tradizioni, oggetto di valorizzazione</i>
------	---	--

Fulcro dell'evento, nonché motore degli sforzi di tutti gli attori coinvolti, è la promozione, la diffusione, l'insegnamento e la conservazione della tradizione storica di Tramonti quale città della cultura, dell'arte e dell'accoglienza.

La tradizione che si intende valorizzare non si esaurisce in un semplice concorso letterario o artistico, in quanto il concorso è più un pretesto che l'oggetto, più un mezzo che il fine. Ciò che si intende valorizzare è la tradizione artistica di un popolo che, benedetto dal vivere in luogo di incomparabile bellezza paesaggistica, fonte di ispirazione per poeti, artisti e gente comune, ha sempre vissuto lontano dai ritmi frenetici, devastanti per la salute fisica e mentale, della società "cittadina", trovando riparo nella contemplazione, nella scrittura, nella produzione artistica. Non fine a sé stessa, quest'ultima, ma

fortemente connotata da socialità, tolleranza, fede e spiritualità.

Si intende valorizzare e tramandare questa precisa tradizione in quanto la si ritiene maestra di vita, capace di instillare valori di moralità, altruismo, disinteresse, culto del bello, solidarietà, ormai in disuso, soprattutto presso le nuove generazioni.

Non poteva mancare, tra le tipicità da valorizzare, la gastronomia locale, che si esplicherà nella proposizione ai visitatori di degustazioni di pietanze tipiche, attraverso sia i due buffet previsti come da programma, sia attraverso convenzioni con ristoranti e trattorie del territorio, che proporranno offerte gastronomiche ad hoc.

Un'altra tipicità locale da valorizzare non poteva che essere l'enocultura, nota in tutto il mondo per la freschezza, l'uso moderato dei legni e la certezza dei profumi del suo vino. Grazie alla salubrità del suolo e le caratteristiche pedoclimatiche. Del territorio di Tramonti, infatti, sta nascendo, per dirla con le parole del famoso chef Luciano Pignataro, "un distretto vitivinicolo di eccellenza, forse l'unico al Sud capace di competere con l'Irpinia per la tipicità, l'eleganza e la longevità dei suoi vini sia rossi che bianchi". Da "Tramonti di...vini" a "Calici di stelle", da "Tramonti città del vino" alla "Festa del vino" sono molteplici gli eventi dedicati a questa tipicità che si intende sempre più valorizzare per caratterizzarsi, oltre che da un punto di vista squisitamente enogastronomico, anche da quello turistico.

Le aziende che forniranno i prodotti e parteciperanno ai due momenti conviviali con propri stand e postazioni gastronomiche, scelte per la fama anche internazionale dei propri prodotti tipici, saranno: Sal De Riso, Cucina Antichi Sapori, Caseificio Al Valico e Caseificio Annadora Campanile, l'azienda agricola Terre Operose (olio al limone), le aziende vinicole "Reale San Francesco" e "Tagliaferro", la pizza De.Co. di Tramonti delle pizzerie del territorio (Al Valico di Chiunzi, Il Frescale, Agriturismo Da Regina), liquorificio Tentazioni.

Meritoria di valorizzazione si ritiene essere anche la vocazione contadina delle tredici frazioni di Tramonti, che rende questo paese l'interprete più autentico delle antiche tradizioni della Costiera Amalfitana. Con essa andranno riscoperte tradizioni quali l'arte dell'impagliatura, praticata ancora oggi dai cestari che vivono tra i borghi di Figline, Corsano e Cesarano. Nelle piccole botteghe, i vecchi artigiani (i cui lavori da qualche anno sono conosciuti nel mondo) lavorano listelli di legno sfibrato e cotto al forno, tenendo così in vita un antico e caratteristico mestiere.

I tredici borghi montani sono uniti da un altro entusiasmante itinerario, che può ritenersi in tutto e per tutto una tipicità locale da valorizzare, quello del latte vaccino e dei suoi derivati (fiordilatte, mozzarella, provola, formaggi): da Cesarano a Campinola, da Capitignano a Gete, la filiera segue ancora i metodi tradizionali. E scovare oggi gli ultimi casari in questo immenso polmone verde della Costa d'Amalfi non è semplice, perchè i loro piccoli laboratori sono per lo più nascosti tra i grappoli di case che si arrampicano lungo i fianchi delle colline.

Infine, ultimo ma non per importanza, si intende valorizzare, quale espressione di una tipicità prettamente locale:

- Il riconoscimento da parte dell'Unesco, quale Patrimonio mondiale e candidata ad essere inserita nel "Patrimonio orale e immateriale dell'Umanità", dell'appartenenza di Tramonti sotto il profilo paesaggistico, antropologico, culturale, sociale alla Costa d'Amalfi, (comprendente, oltre a Maiori, Tramonti e Cetara, anche i comuni di Amalfi, Atrani, Conca dei marini, Furore, Minori, Positano, Praiano, Ravello, Scala e Vietri);
- la Dieta mediterranea, inserita nella Lista del Patrimonio mondiale dell'Umanità (novembre 2010).

5)	Funzionalità dell'intervento con particolare riferimento a:	
5.1)	promozione e valorizzazione del territorio e dei suoi elementi di attrattiva	<i>Descrivere la funzionalità dell'iniziativa proposta in termini di valorizzazione del territorio e dei suoi elementi di attrattiva.</i>

L'intervento risulta essere molto funzionale alla valorizzazione del territorio, sia nel suo complesso che nei suoi elementi di attrattiva, in particolare:

Nel suo complesso, poiché intercettando flussi consistenti di turisti e visitatori che non si fermano altrimenti in quello che attualmente è solo una località di passaggio verso mete più note del turismo in Campania, si promuove la conoscenza del territorio e delle sue infrastrutture, sia di trasporto (ferrovie, trasporti su gomma, ecc.) che ricettive (hotel, b&b, ecc.). Si diffonde inoltre una immagine del territorio tramontano non più come dipendente geograficamente, funzionalmente e turisticamente dalla Costiera amalfitana, dalla quale sovente è cannibalizzata, ma si veicola una immagine di territorio autonomo, sia con riguardo all'offerta turistica, sia con riguardo all'accessibilità a questa offerta e alle diverse modalità di fruizione della stessa.

Creando un itinerario di turismo letterario e culturale-identitario autonomo e indipendente da quelli più noti del turismo urbano di Napoli, archeologico di Pompei, balneare del Cilento o monumentale di Caserta, si contribuisce a creare una identità del territorio in ambito nazionale ed internazionale, che ancora risente dell'esigenza di "ripulirsi" dalla connotazione "provincialistica" che a torto o a ragione soffoca il territorio e le proprie ambizioni di esplosione turistica. Il territorio tramontano viene spesso rappresentato come un territorio senza molte speranze di staccarsi da quella che è considerata una pericolosa "palla al piede" in ottica di sviluppo turistico, ossia la vicinanza con la Costiera amalfitana. Da questa il territorio di Tramonti, purtroppo, non beneficia come potrebbe dell'effetto indotto (per la carenza di offerta turistica qualificata e caratterizzata). Con la creazione di un nuovo itinerario turistico letterario e culturale-identitario, la città di Tramonti vuole connotarsi, nell'immaginario nazionale e internazionale (attraverso anche una sapiente opera di promozione presso i tour operator stranieri) come uno dei più importanti centri di promozione e diffusione della cultura verace dei Monti Lattari, con le bellezze paesaggistiche, culinari e letterarie note in tutto il mondo.

Circa gli **elementi di attrattiva**, l'intervento proposto avrà una funzione relevantissima di diffusione e promozione delle bellezze architettoniche, urbane, culturali, paesaggistiche e religiose (piazza Treviso e adiacente Villa comunale, il Convento di san Francesco d'Assisi, la cappella Rupestre di San Michele Arcangelo, le Chiese di Sant'Erasmo, dell'Ascensione e di S. Giovanni Battista) che altrimenti difficilmente potrebbero uscire fuori dal contesto regionale. La creazione di un unico itinerario che passa attraverso tutte queste singole peculiarità, inoltre, li renderà maggiormente fruibili e più facilmente accessibili (anche a un costo minore), grazie a diverse soluzioni attualmente allo studio, come un unico biglietto integrato, strumenti e servizi di informazione personalizzati e riservati, mezzi di trasporto dedicati, installazioni di facilities quali bagni pubblici, acqua potabile, ecc.

Ovviamente, è possibile immaginare le ricadute in termini di valorizzazione anche di tutto il **territorio circostante Tramonti**. Si pensi al flusso di turisti che necessariamente dovrà trovare posto nelle strutture ricettive del circondario, e questo non solo nei giorni dell'evento. Si pensi anche all'effetto moltiplicatore sulle attrattive dei comuni limitrofi, sia di tipo culturale che economico. Si pensi alle migliaia di turisti che, venuti a visitare le bellezze del territorio tramontano grazie anche al presente intervento, decideranno di trattenersi qualche giorno in più per visitare le città dell'agro nocerino-sarnese, troppo spesso ignorate dal turismo di massa ma ricche di potenziale offerta turistica.

5.2)	integrazione delle risorse esistenti	<i>Descrivere la funzionalità dell'iniziativa proposta, con particolare riferimento alla integrazione delle risorse.</i>
<p>L'intervento di cui al presente progetto si integra da anni con la programmazione culturale e artistica del Comune di Tramonti, con il quale vengono concordate date e luoghi di svolgimento. Questa edizione, che si svolgerà a fine maggio, sarà quindi non solo una ideale anticipazione degli eventi estivi in programma, ma un evento moltiplicatore e di "sopravvivenza" ulteriore degli stessi. l'evento beneficerà delle risorse già attivate per quegli eventi, in termini di pubblicizzazione e promozione, ma permetterà ai visitatori e turisti stranieri presso i quali si promuoverà l'evento, di conoscere anche altre caratteristiche proprie delle tradizioni nostrane, quali quelle messe in mostra, appunto, durante il periodo estivo.</p> <p>Altre risorse con le quali l'intervento proposto si integrerà sono quelle messe a disposizione dalle realtà associative del territorio operanti nell'ambito della letteratura e cultura. Queste metteranno a disposizione capitale umano, mezzi e strumenti a loro disposizione in un'ottica di collaborazione sinergica votata all'aumento di attrattività del territorio, perseguendo i propri scopi statuari.</p> <p>Ancora, altre risorse saranno messe a disposizione da commercianti e imprenditori del luogo, attraverso installazioni di stands espositivi che andranno ad animare il territorio, senza ulteriori aggravii o guadagno da parte dell'amministrazione proponente. L'Amministrazione comunale, infine, metterà a disposizione proprie strutture, mezzi e personale quali risorse aggiuntive per garantire una migliore riuscita e coordinamento delle attività previste dalla presente proposta progettuale, in un'ottica di integrazione e non di sovrapposizione o di sostituzione delle risorse.</p> <p>Infine, l'amministrazione comunale si impegna a cofinanziare la realizzazione dell'evento con un importo pari a € 7.600,00. Tali risorse andranno ad integrare quelle provenienti dal finanziamento regionale e quelle attivate grazie ai contributi delle varie associazioni e realtà del territorio sin qui descritte. Sarà prestata particolare attenzione al coefficiente di efficienza raggiunto dalle modalità di spesa e al fattore di moltiplicazione dell'efficacia dell'utilizzo di tali fondi. In altre parole, il Rup dell'intervento, coadiuvato dal Comitato Tecnico Artistico, monitorerà il rapporto tra singola spesa e risultati ottenuti, di modo che ogni fattore di spesa possa beneficiare nella massima misura dei vantaggi o di economie di scopo derivanti dall'integrazione con altre risorse.</p>		
5.3)	aspetti di valorizzazione delle strutture e dei servizi turistici	<i>Indicare il numero di posti-letto disponibili nel luogo di svolgimento degli eventi e ogni altro servizio turistico esistente</i>
<p>Un numero preciso di posti letto disponibili nel Comune di Tramonti è difficile da quantificare, poiché una recente presa di coscienza delle potenzialità turistiche, unite alla disponibilità di strumenti di agevolazione finanziaria, hanno determinato una crescita incontrollata di strutture ricettive di tipo essenzialmente extra-alberghiero. Ai numerosi agriturismi si unisce tutta una serie di case vacanze, country house, B&B, affittacamere, ostelli, appartamenti e anche una casa Religiosa di Ospitalità, per un totale stimato di circa 300 posti letto.</p> <p>La capacità ricettiva di Tramonti, se da una parte appare solo di poco sottodimensionata rispetto alla domanda turistica attuale, risulta inadeguata in relazione alla programmazione di medio-lungo periodo, finalizzata ad accrescere i flussi turistici secondo stime meglio specificate più avanti.</p> <p>La mobilità, soprattutto quella extraurbana, è un punto dolente, dovuta alla particolare conformazione montana del suo territorio. Ciononostante, il trasporto pubblico sia urbano che extraurbano è assicurato da mezzi del Comune e delle compagnie Busitalia e Sita, oltre che da compagnie private di taxi, bus e noleggio auto, incoraggiati dal fatto che le due strade provinciali ("Strada provinciale 1" e "via nuova provinciale Chiunzi") che passano per Tramonti sono le uniche a collegare, in maniera diretta e senza dover percorrere la scomoda strada costiera, Maiori, Ravello, Atrani e la costa d'Amalfi all'entroterra dell'agro nocerino sarnese, meglio collegato al resto della Campania e d'Italia. Grazie alla vicinanza</p>		

geografica con Salerno e Napoli anche i relativi porti e aeroporti possono essere considerati servizi turistici a sostegno della propria mobilità.

Tra gli altri servizi turistici esistenti, molto sviluppati sono quelli informativi, con un panorama molto vasto di enti e istituzioni pubbliche e private a supporto dei bisogni informativi dei cittadini e di potenziali visitatori, quasi tutti con canali informativi sia personali, presso i propri uffici, sia on line, tramite un sito web, un account social o recapiti di contatto dedicati. Tra questi, l'Ufficio Turismo del Comune di Tramonti, le Aziende Autonome di Soggiorno e Turismo dei paesi limitrofi, validi presidi sul territorio per il turista, al quale è possibile richiedere sempre informazioni turistiche e il calendario degli eventi, informazioni pratiche sulle strutture ricettive, sui trasporti e sui collegamenti con stazioni, porti ed aeroporti. Di grande utilità sono anche i servizi della locale Pro Loco, che oltre a fornire mere informazioni ha lo scopo di difendere il patrimonio culturale, ambientale e storico del paese e promuoverne la conoscenza. Anche l'Ept di Salerno può essere una valida alternativa informativa alle strutture su elencate. A ciò si aggiunga tutta una serie di associazioni storiche, artistiche, culturali o prettamente turistiche, di norma senza fini di lucro e puramente di promozione sociale o volontariato (Associazione Gete, Associazione Teatrale Nuovi Orizzonti, Anspi, A.C.L.I., ecc.), al quale il visitatore può rivolgersi direttamente o può capitare di imbattersi durante qualche evento da esse promosse.

Di minor spessore, ma altrettanta utilità per il visitatore, è la presenza sul territorio comunale di bagni chimici e punti di acqua potabile gratuita, sia nei luoghi dove si svolgerà l'evento che lungo altre strade. Inoltre, pannelli informativi recanti mappa e punti di interesse sono disseminati in vari punti della città.

6)	Cooperazione e modalità di messa in rete degli eventi su base tematica e/o territoriale:	
6.1)	Forme di cooperazione e aggregazione tra soggetti pubblici e privati su base tematica e/o territoriale	<i>Indicare le tipologie di cooperazione e le aggregazioni attivate per il miglioramento e la modernizzazione dell'offerta turistica. Descrivere il tipo e le modalità di iniziative attivate, le aggregazioni stabili e quelle attivate in funzione dell'evento, le azioni realizzate per il miglioramento della qualità dell'offerta turistica e il suo ammodernamento, l'apporto discendente dalle forme di collaborazioni attività, la maggiore visibilità e fruibilità da parte di visitatori e turisti.</i>

A Tramonti, in occasione dell'evento, verranno attivate alcune aggregazioni di soggetti sia pubblici che privati, al fine di beneficiare di economie di scala e sinergie positive tra i diversi attori.

Ovviamente sarà l'amministrazione comunale a coordinare tali aggregazioni, delle quali è attualmente in fase di aggiornamento e miglioramento la forma amministrativa più idonea a gestire non solo l'evento in questione, ma varie attività di cooperazione che durino nel tempo e portino vantaggi dai punti di vista turistico, economico, occupazionale, sociale, ecc. a tutti i soggetti coinvolti. L'Ufficio Turismo del Comune, più specificatamente, si occuperà di coordinare tutti questi soggetti, registrandoli in un apposito Albo, verificando il rispetto dei requisiti richiesti e il loro mantenimento, di dettare le linee di indirizzo per la loro operatività, di monitorare il rispetto di tali indicazioni e di stilare report regolari sui benefici ottenuti ed eventuali svantaggi, al fine di apportare migliorie e correzioni in corso d'opera.

Si è sempre in fase di ricerca di nuovi soggetti con i quali stipulare accordi di cooperazione a lungo termine nelle modalità sopra descritte, ma sono stati già individuati alcuni soggetti appartenenti a una porzione di territorio anche più ampio della sola città di Tramonti, sia per le finalità di valorizzare il territorio limitrofo nel suo complesso, sia per il target di partecipanti al Premio letterario, proveniente dai comuni più disparati della Regione Campania.

A queste si aggiungono diversi soggetti sia pubblici che privati quali la locale Pro Loco, l'Istituto Comprensivo "G.Pascoli" di Tramonti, il Forum dei Giovani di Tramonti, i volontari del Servizio Civile presso il Comune di Tramonti, la Bimed - Biennale delle Arti e delle Scienze del Mediterraneo e gli altri enti e associazioni private quali Associazione Gete, Cooperativa Gea, Associazione "O' Globo onlus" e associazioni varie esistenti.

Ai soggetti descritti si proporranno modalità di cooperazione in occasione dell'evento e in un'ottica di medio-lungo termine, in modo da beneficiare sia delle economie di scala che inevitabilmente si andranno a creare, sia degli effetti di "moltiplicatore" degli sforzi profusi. Si pensi, in merito a quest'ultimo punto, dei vantaggi che si andranno a creare sulla notorietà, riconoscibilità e immagine del marchio "Tramonti", se anche solo una parte di questi soggetti si impegnasse in azioni di co-marketing, promuovendo e pubblicizzando i "prodotti" e i servizi turistici di Tramonti presso i propri sostenitori e visitatori in occasione degli eventi che singolarmente organizzano e che vengono seguiti da migliaia di persone in tutto il mondo. L'evento proposto sarà l'occasione di cercare di mettere insieme tutti questi soggetti, coinvolgendoli in un progetto di lungo periodo, dove, come detto, l'amministrazione comunale si occuperà di coordinare le azioni di ognuno in modo da ottimizzarne gli sforzi massimizzandone i profitti, oltre a farsi carico della responsabilità di monitorare l'andamento degli accordi cooperativi premiando le buone prassi (anche con meccanismi di incentivi fiscali, utilizzo strutture ai più meritevoli, ecc.) e "correggendo" eventuali deviazioni. Si ritiene che, con queste premesse ed intenzioni, la maggior parte degli enti e soggetti pubblici e privati contattati si unirà in un progetto di aggregazione stabile e duratura.

Per quanto riguarda le **aggregazioni e collaborazioni già attivate**, e il loro coinvolgimento nel presente progetto, si specifica che si proporrà a ciascuno dei soggetti pubblici e privati coinvolti, la progettazione e la realizzazione di parti dell'evento, responsabilizzando ogni singolo soggetto e verificando il raggiungimento degli obiettivi, con un sistema di premialità in corso di definizione, oltre a mettere in campo iniziative di comunicazione congiunta e coordinata, ad esempio realizzando strumenti di comunicazione unitari quali brochure di presentazione di tutte le associazioni coinvolte ed esistenti sul territorio, la presenza dei loro rappresentanti alla conferenza iniziale, ecc.

Tra le forme di aggregazione e cooperazione attivate è da segnalare quella con le scuole di ogni ordine e grado, non solo del comune di Tramonti, al fine di preparare una offerta formativa adeguata per una domanda qualificata. L'intento è quello di fornire agli studenti, al personale docente e dirigente gli input necessari per poter scoprire, conoscere e quindi inserire nella propria Programmazione dell'Offerta Formativa triennale lo studio delle tradizioni e delle radici culturali del proprio territorio, contribuendo ad elaborare strategie di marketing territoriale per gli istituti scolastici ad indirizzo turistico operanti sui territori dei Comuni coinvolti.

Infine, si attiveranno collaborazioni con negozianti del luogo, ristoratori, titolari della ricettività alberghiera ed extra-alberghiera, al fine di studiare e proporre ai turisti e visitatori offerte di prodotti e servizi diversi, nuovi, a prezzi agevolati e con funzionalità più complete e personalizzate secondo le esigenze. Il miglioramento della qualità dell'offerta turistica e il suo ammodernamento è evidente: continuare ad offrire lo stesso servizio turistico non differenzia il territorio da quello dei comuni limitrofi, solo per citare i più vicini. Viceversa, mettere in rete l'intraprendenza, le capacità, l'innovatività, la passione degli imprenditori, grandi e piccoli, che ogni giorno investono sul territorio a proprio rischio, si ritiene sia la chiave per innovare la propria offerta turistica, in quanto è dal mettersi in gioco su tavoli di discussione, è dalla comparazione di interessi e idee, è dal confronto di idee che può scaturire l'idea innovativa, la proposta vincente, il contributo determinante a rendere più visibile, fruibile e attrattivo il proprio territorio. Tale apporto positivo può discendere solo dalle forme di collaborazione descritte, e non certo da una programmazione fatta in solitaria nel chiuso di stanze ed uffici.

6.2)	Elementi di rafforzamento dell'offerta e dei servizi dedicati ai fruitori dell'iniziativa	<i>Indicare le attività che saranno poste in essere e descrivere i servizi turistici dedicati ai fruitori dell'iniziativa (itinerari guidati, presenza di info-points, trasporti attivati per gli eventi, ecc) nel luogo di svolgimento degli eventi nonché quelli comunemente presenti nelle località interessate</i>
------	--	--

I territori coinvolti nel progetto offriranno la medesima tipologia di servizi turistici a supporto della fruizione dell'evento, ovviamente in maniera differenziata rispetto alla diversa conformazione dei territori. Partendo dai servizi informativi, a Tramonti molteplici soggetti pubblici e privati forniscono informazioni di carattere turistico, tra i quali l'Ufficio Turismo, la Pro loco, le Aziende di Soggiorno e Turismo dei comuni limitrofi e diverse associazioni di tipo sportivo, culturale, sociale, ecc. Si è già detto nella sezione precedente di come queste collaboreranno in occasione dell'evento per fornire informazioni in maniera ancora più puntuale e completa, sia in presenza nelle proprie sedi, sia attraverso canali on line quali sito web, account social, email, ecc. Accanto a questi, servizi informativi saranno garantiti dalla presenza di cartelli e pannelli posti in vari angoli delle città, oltre ad info point costituiti per l'occasione e da personale dedicato quali hostess, dipendenti dei soggetti anzidetti, ecc. opportunamente formati che su appositi stands e durante la conferenza di presentazione dell'evento distribuiranno materiale promozionale e forniranno risposte ai quesiti dei turisti. Circa i servizi di mobilità, le due città sono già servite da mezzi di trasporto pubblici quali Sita e Busitalia e compagnie di noleggio auto con o senza conducente. A ciò si aggiungeranno servizi navetta ad hoc, gestite da una azienda partecipata in partenariato con il Comune, che da Amalfi e la costiera raggiungeranno Tramonti, o che porteranno i visitatori dai punti parcheggio alle zone più centrali del comune.

Altri servizi esistenti sono punti di parcheggio per l'utenza, ai quali se ne aggiungeranno altri in occasione dell'evento, oltre a fontanelle di acqua potabile gratuita e bagni pubblici chimici. Ulteriori servizi esistenti, ma che subiranno una accelerazione ed una evoluzione in numero e qualità in occasione dell'evento, riguarderanno l'accoglienza e la ristorazione. Sono infatti in fase di redazione dei modelli tipo di convenzioni che saranno sottoposti ad albergatori e altre strutture ricettive, oltre che a ristoratori e negozianti di ogni tipo, per permettere ai turisti e visitatori di usufruire di sconti, agevolazioni, pacchetti letto più pasti a prezzi convenienti, promuovendo ingredienti e ricette della enogastronomia locale, magari comprensivi di visite guidate ad altre attrattive del posto, così da incentivare la visita ad altre locations meritorie del territorio. La creazione e proposizione, a turisti, tour operator, ecc. di itinerari guidati di turismo di tipo religioso, culturale, paesaggistico, sportivo, ecc. è infatti un ulteriore servizio turistico che si intende offrire a quanti verranno in città per l'evento, per poi stabilizzarli e renderli parte integrante dell'offerta ordinaria, magari dopo averli "testati" ed eventualmente migliorati e corretti a seguito dell'evento.

Si precisa, infine, che la predisposizione di una sezione dedicata all'evento nel sito web del Comune di Tramonti non avrà finalità meramente informative, ma di vera e propria assistenza al visitatore, in quanto sarà dotata, oltre che di tutte le informazioni utili, recapiti e canali di contatto, anche di funzionalità (chat, forum, messaggistica, commenti interattivi) idonee a stabilire una comunicazione bidirezionale, ossia di informazione con ritorno di feedback, in modo da poter comunicare in tempo reale con i vari soggetti deputati a gestire le necessità e le esigenze dei visitatori, fornendo loro un vero e proprio servizio di assistenza.

6.3)	<i>Economie di scopo generate nella gestione dei servizi e per la maggiore visibilità e fruibilità da parte dei visitatori e dei turisti</i>	<i>Descrivere le economie generate, gli effetti in termini maggiore visibilità e fruibilità</i>
------	---	---

Nella preparazione, realizzazione e amministrazione dell'evento proposto verranno generate diverse tipologie di economie di scopo, grazie all'azione sinergica tra Comune e soggetti pubblici e privati coinvolti. In particolare, grazie al modello organizzativo adottato e alle aggregazioni che si intende realizzare, si ritiene di poter generare le seguenti tipologie di economie di scopo:

1) produzione congiunta di due beni che consente l'utilizzo completo di risorse materiali che rimarrebbero sotto utilizzate.

E' questo il caso della produzione di alcuni "servizi" turistici precedentemente descritti, quali ad esempio la realizzazione di info point, stands e pannelli informativi, l'implementazione di siti web ed account social, la progettazione e la preparazione di aree parcheggio o bagni chimici, per non parlare della redazione di convenzioni con esponenti del commercio, artigianato, ricettività e ristorazione locale. Proprio al fine di generare economie di scopo di questa tipologia, tutti questi "prodotti" verranno realizzati per tutti i soggetti coinvolti in maniera coordinata, utilizzando, laddove possibile, le stesse risorse materiali (personale impiegato, materie prime, progetti, accessori, ecc.), parte delle quali sarebbe sottoutilizzata se impiegata nella realizzazione delle azioni di un solo soggetto;

2) conoscenze produttive sviluppate o anche l'immagine conquistata per un certo prodotto che risultano utilizzabili vantaggiosamente per altri tipi di prodotti.

E' questo il caso dell'immagine positiva conquistata dal Comune, dalla Pro Loco e da alcune associazioni di quelle citate, che grazie alla organizzazione dei propri eventi passati hanno trasmesso una immagine di affidabilità, di serietà, di competenza e capacità della quale beneficeranno gli eventi attualmente proposti presso i potenziali visitatori. Lo stesso principio vale per l'immenso know-how accumulato da questi soggetti. In particolare, le competenze letterarie, artistiche e in materia di organizzazione di eventi permetteranno alla manifestazione in questione di beneficiare di processi, procedure e prodotti già testati con successo, che permetteranno economie di scopo in termini di minor tempo necessario, minore risorse materiali da acquistare, minori errori e ostacoli riscontrati nella realizzazione dell'evento (il coordinamento tra centinaia di partecipanti, hostess, presentatori e valutatori, l'informazione e l'accoglienza dei visitatori, la redazione di convezioni convenienti per i turisti ma non irragionevoli per i negozianti, sono solo alcune tra le decine di esempi di procedure e prodotti utilizzabili vantaggiosamente anche dagli organizzatori dell'evento di cui trattasi).

In termini di maggiore fruibilità, si pensi al vantaggio che si otterrà mettendo in rete l'esperienza e le azioni (anche di marketing) del Comune, della locale Pro Loco, di tutti i soggetti pubblici e privati coinvolti. Ognuno di questi soggetti potrà apportare un contributo di idee o fattivo nella organizzazione dei servizi turistici da fornire ai visitatori, escogitando ad esempio qualche idea innovativa di gestione o qualche procedura più efficace e veloce di realizzazione, permettendo una fruibilità dell'evento migliore di quella che si avrebbe senza tale sinergia. Inoltre, mettendo in rete i citati soggetti si garantirà una maggiore visibilità delle azioni di tutti: infatti, se ad esempio una associazione sportiva promuoverà presso la propria audience (diversa da quella di una associazione storica) le attività anche degli altri soggetti, si avrà un incremento della visibilità di tutti, a costi quasi pari a zero, tanto più vantaggioso perché colpirà pubblici target difficilmente raggiungibili senza i contatti e l'esperienza di quella specifica associazione o ente.

Le economie di scopo, infine, saranno tanto più grandi se estendiamo il raggio di azione temporale

oltre l'evento in questione. Tutti i prodotti o servizi realizzati con le risorse materiali, di personale, di idee, di contenuti, ecc. utilizzati in questo evento potranno essere utilizzate anche in altre occasioni, senza doverli produrre nuovamente, oppure potranno essere utilizzate da altri soggetti oggi non coinvolti, con un evidente risparmio di risorse, e quindi economie di scopo, per la collettività

7)	Palinsesto e programma dettagliato
-----------	---

Venerdì 22 maggio 2020 – Laboratori didattici e Masterclass

9:00 – 13:00 – Aule Istituto Comprensivo “G. Pascoli” Tramonti

Laboratori didattici di scrittura creativa nelle classi primarie e secondarie di primo grado di Tramonti.

Nel corso delle attività verrà affrontato il concetto di scrittura come scelta di personaggi, di soluzioni stilistiche, di punteggiatura e di tutto ciò che contribuisce a creare un testo letterario: la differente prospettiva della narrazione a seconda del punto di vista dei personaggi, la fabula e l'intreccio, le tipologie di scrittura e gli stili differenti da utilizzare in base all'utenza (bambini, ragazzi, adulti). Si analizzeranno alcuni aspetti fondamentali per la realizzazione e la strutturazione di racconti brevi: come nasce una storia, perché raccontarla, come progettarla e presentarla.

Esempio di laboratorio: **“Scrivere short”**: Scrivere poche parole ma buone: sai essere breve ed efficace? Sintesi e brevità sono caratteristiche comuni a forme di scrittura antiche e modernissime. Da un lato haiku, epigrammi, aforismi, dall'altra tweet e post. Diversi per finalità, destinatari, tono della comunicazione, maggiore o minore formalità, mezzi ed epoca di diffusione, sono però accomunati da una caratteristica: la brevità. Questo laboratorio, attraverso esempi e giochi di scrittura, serve a sperimentare alcune di queste forme brevi, con le quali si sono divertiti scrittori e poeti, per allenare i nostri “muscoli della brevità” e l'uso creativo della lingua.

Masterclass “L'arte di fare cinema: scrittura, regia e recitazione”

Preceduto dalla proiezione del corto “Contenere l'infinito”, per la regia di Alessandro Ferrara con la presenza del regista, si replica il grande successo del Masterclass, con il tema, questa volta, “l'arte di fare cinema: scrittura, regia e recitazione”.

L'attore Sebastiano Somma, il regista Alessandro Ferrara e l'esperto di scrittura creativa Gabriele Gargiulo trasmetteranno ai partecipanti i primi rudimenti dell'arte di scrivere e sceneggiare per il cinema. Nello specifico, l'attività laboratoriale coinvolgerà le seguenti discipline: Sceneggiatura; Regia; Produzione; Operatore di ripresa; Tecnico del suono e colonna sonora; Montaggio; Fotografia; Trucco e scenografia. Inoltre, verrà approfondito l'uso pratico della telecamera, le tipologie delle inquadrature (campo lungo o campo medio, oggettiva e soggettiva di una ripresa), e le varie tecniche di montaggio.

17:00 – 20:00 – Anfiteatro Istituto Comprensivo “G. Pascoli” Tramonti

Conferenza di presentazione e incontro degli autori con gli alunni dell'Istituto Comprensivo “G. Pascoli” di Tramonti. Alla conferenza verranno spiegate le ragioni che hanno portato alla nascita del Premio, momento di solidarietà, cultura, arte e rilancio del territorio in cui la disabilità risulta risorsa e possibilità di inclusione e non di discriminazione. Sarà dato ampio spazio al tema “Le radici”, un viaggio attraverso le tradizioni del passato, le certezze del presente e le speranze del futuro di un territorio fortemente legato

alla propria identità e di una società saldamente ancorata agli ideali e ai valori che ne derivano. Saranno inoltre diffusi finalità e obiettivi dell'evento, sarà presentata la partnership, le modalità di monitoraggio dei risultati previsti, le cooperazioni e convenzioni attivate e il programma delle manifestazioni. Alla conferenza saranno invitati esponenti politici locali e regionali, oltre a giornalisti ed esperti di comprovata fama storica e culturale.

A moderare sarà il giornalista Emiliano Amato.

In collaborazione con:

- Istituto Comprensivo "G.Pascoli" Tramonti
- Forum dei Giovani di Tramonti
- Volontari Servizio Civile presso il Comune di Tramonti
- Bimed - Biennale delle Arti e delle Scienze del Mediterraneo
- Cooperativa Gea e altre associazioni culturali del territorio
- COFFI Festival

Sabato 23 maggio 2020 - Salotto letterario

9:00 – 13:00 – Spettacolo equestre - Campo parrocchiale frazione Pietre

Spettacolo equestre, giri su asinelli e cavalli, percorso di abilità a cavallo, baby rodeo con pecore, cattura del porcellino a squadre: un tuffo nel passato alla scoperta delle radici rurali del nostro territorio, un'atmosfera genuina in cui immergersi e divertirsi all'insegna della semplicità e della tradizione.

9:00 – 13:00 Masterclass "L'arte di fare cinema: scrittura, regia e recitazione" - Parte pratica

L'attività laboratoriale pratica coinvolgerà le seguenti discipline: Sceneggiatura; Regia; Produzione; Operatore di ripresa; Tecnico del suono e colonna sonora; Montaggio; Fotografia; Trucco e scenografia. Inoltre, verrà approfondito l'uso pratico della telecamera, le tipologie delle inquadrature (campo lungo o campo medio, oggettiva e soggettiva di una ripresa), e le varie tecniche di montaggio. Seguirà la proiezione dei vincitori del COFFI Festival nelle maggiori categorie in concorso: Sguardi d'Autore (categoria professionisti), Nuovi Percorsi (categoria amatoriale), Documentari e Animazione.

17:00 – 20:00 - Anfiteatro Istituto Comprensivo "G. Pascoli" Tramonti

Come ogni anno, autorevoli esponenti della cultura contemporanea si confronteranno sul tema dell'edizione in corso. Per l'edizione 2020 il tema affrontato sarà "Le radici" e si prevede la partecipazione di importanti esponenti della cultura e della musica contemporanea. Per l'occasione sarà presentato il secondo libro del compianto **Pietro Tagliafierro**, una raccolta di poesie inedite scritte dal poeta nell'ultima fase della sua malattia, conservate gelosamente dai familiari ed ora finalmente pubblicate in un'edizione curata dal Comune di Tramonti (tiratura almeno 1000 copie).

L'organizzazione del Premio letterario prevede la presenza di almeno uno tra i seguenti autori contemporanei (presentazione, lettura e discussione ultime fatiche letterarie):

Elena Ferrante, Gianrico Carofiglio, Roberto Saviano, Niccolò Ammaniti, Alessandro Baricco.

Il salotto letterario, oltre a prevedere interventi di artisti e letterati, avrà una appendice con interventi e domande dal pubblico e la proiezione di alcuni cortometraggi del Giffoni Film Festival (saranno

selezionato un paio di prodotti che sono inerenti al tema del premio letterario)

A moderare il salotto letterario sarà il giornalista Mario Amodio.

20:00 – 22:30 – Mostra artistica delle opere e spettacolo musicale presso la Casa del Gusto.

La giornata si concluderà con uno spettacolo musicale a cura degli artisti presenti in un'atmosfera leggera e rilassata, per consolidare i concetti espressi durante la manifestazione, e con il tour artistico-letterario tra le opere del premio, in esposizione nella sala mostre della Casa del Gusto.

Domenica 24 maggio 2020

16:00 – 20:00 – Aula consiliare Comune di Tramonti

Cerimonia di premiazione presso l'Aula consiliare del Comune di Tramonti, atto conclusivo del Premio. La scaletta della cerimonia di premiazione prevede:

- Introduzione istituzionale con i saluti del Sindaco e degli Assessori;
 - Visione di un video commemorativo dedicato a Pietro Tagliaferro;
 - Interventi degli ospiti e degli esperti sul tema dell'edizione 2020;
 - Lettura delle opere e premiazione dei vincitori di tutte le sezioni delle due categorie in gara.
-
- 1^a categoria – rivolta ad artisti, poeti e scrittori italiani, divisi nelle sezioni: Sezione A – LETTERATURA, premio: € 1.000,00 (Narrativa Inedita, Poesia Inedita, Poesia in vernacolo/dialetto napoletano); Sezione B – ARTE, premio: € 1.000,00 (Pittura, Fotografia, Scultura e ceramica); Sezione C – CINEMA, premio: € 500,00 (Cortometraggio).
 - 2^a categoria - rivolta alla scuola primaria e alla secondaria di primo grado, divisa nelle sezioni: Sezione A – LETTERATURA, premio: € 300,00 (Fiaba e Poesia Inedita); Sezione B – ARTE, premio: € 300,00 (Pittura, Fotografia); Sezione C – CINEMA, premio: € 500,00 (Cortometraggio)

A moderare la cerimonia di premiazione sarà il giornalista Alfonso Bottone.

20:00 – 22:00 – Momento conviviale

Alla cerimonia di premiazione seguirà un momento conviviale con la partecipazione di tutta la cittadinanza e dei visitatori intervenuti, al fine di creare un ulteriore momento di socializzazione e di confronto. In piazza Treviso saranno allestiti circa 10 stand e postazioni gastronomiche con almeno 20 operatori del settore, per la degustazione di prodotti tipici del territorio. Anche in questa occasione ci sarà il supporto dell'Istituto Alberghiero di Maiori "P. Comite", i cui alunni saranno impegnati sia nella somministrazione (affiancando gli operatori delle aziende) sia come hostess/steward. Le aziende che forniranno i prodotti e parteciperanno agli stand, scelte per la fama anche internazionale dei propri prodotti tipici, saranno: Sal De Riso, Cucina Antichi Sapori, Caseificio Al Valico e Caseificio Annadora Campanile, l'azienda agricola Terre Operose (olio al limone), le aziende vinicole "Reale San Francesco" e "Tagliaferro", la pizza De.Co. di Tramonti delle pizzerie del territorio (Al Valico di Chiunzi, Il Frescale, Agriturismo Da Regina), liquorificio Tentazioni.

Essendo un Premio letterario ed artistico, che prevede la partecipazione e premiazione di artisti, poeti e scrittori, questi sarà diviso in vari momenti nei quali saranno presenti e parteciperanno diverse personalità artistiche ed esponenti della cultura di rilievo nazionale internazionale. Il Premio vedrà il coinvolgimento del seguente cast:

Incontro con gli alunni

- **BIMED** (www.bimed.net/) - Associazione di enti Locali per l'Educationale e la Cultura ed Ente Formatore per i docenti. Impegnata con oltre 1.000 scuole, 32.000 bambini e ragazzi e 1.700 insegnanti, ha prestato la sua opera di formazione e creazione di progetti scolastici in almeno 60 comuni. Presterà il suo supporto artistico-culturale al Comune nella preparazione e gestione dell'incontro con gli alunni delle classi della primaria e della secondaria di primo grado di Tramonti e comuni limitrofi;
- **Associazione Teatrale "Nuovi Orizzonti"** - Nata nel 1989, si è dedicata per anni alla Commedia napoletana mettendo in scena le opere dei grandi maestri partenopei, diventando una realtà per tutta la Costiera Amalfitana. Col tempo e gli anni, gli umili teatranti, che fino ad allora avevano preteso sempre di più dalle loro forze, poiché lo spirito era quello di agire ed interagire con commedie brillanti e divertenti, hanno inteso dare al pubblico un messaggio d'amore sincero e costante per il teatro e tanto divertimento per far sorridere il pubblico e trasmettergli una buona dose di allegria e distrazione. Durante il salotto letterario metterà in scena un piccolo spettacolo teatrale coerente con il tema dell'edizione 2020.
- **Cooperativa GEA** - Nata nel 1989, opera nel settore dei servizi sociali rivolti a persone con disabilità, anziani e minori, aiuto all'inserimento lavorativo, formazione, servizio civile, pulizia, ecc. All'incontro porterà il contributo della sua esperienza, le difficoltà e le soddisfazioni riscontrate durante la sua attività ordinaria e le opportunità di inserimento lavorativo e formazione nel sociale;
- **Forum dei Giovani di Tramonti;**
- **Volontari del Servizio Civile Nazionale presso il Comune di Tramonti;**
- **Istituto Comprensivo "G. Pascoli" Tramonti;**
- **Istituto Alberghiero di Maiori "P. Comite".**
- **Giffoni Film Festival**

Salotto letterario e ospiti della Premiazione

In base alla disponibilità dell'agenzia manager, almeno due tra i seguenti ospiti:

- Maurizio Casagrande
- Mogol
- Massimo Ranieri
- Padre Enzo Fortunato

E uno tra i seguenti autori contemporanei:

- Elena Ferrante
- Gianrico Carofiglio
- Roberto Saviano
- Niccolò Ammaniti
- Alessandro Baricco

MASTERCLASS

Associazione “O’ Globo onlus” - E’ una realtà che opera dal 1997 sul territorio campano ed è conosciuta a livello nazionale e internazionale grazie all’organizzazione del “COFFI - CortOglobo Film Festival Italia, giunto quest’anno alla 14esima edizione. Ha dall’inizio svolto un’intensa attività di promozione della cultura e dell’arte in tutte le sue manifestazioni. A tal fine si è occupata negli anni della valorizzazione del lavoro cinematografico alternativo e indipendente: da qui la scelta del cortometraggio come mezzo dinamico elettivo, capace di mettere in luce le evoluzioni della società, i suoi disagi e le sue tensioni culturali. Nel corso degli anni “O’ Globo ONLUS” sviluppa una notevole capacità di programmazione e progettualità di eventi culturali come mostre, convegni, presentazione di libri, meeting Internazionali tra giovani, oltre a porsi come coordinatrice di case di produzione cinematografica indipendente o ideatrice di programmi televisivi di grande impatto a livello regionale. E’ stata componente del gruppo di ricerca sulle Teche Rai coordinato dalla Facoltà di Sociologia dell’Università “Federico II” di Napoli, fra le fondatrici del Coordinamento per la Pace della Provincia di Salerno nel 2003 e capofila del Forum Regionale della Gioventù della Regione Campania per il progetto “Cinema e Cittadinanza attiva”.

Sebastiano Somma – Attore di teatro, cinema e televisivo, con una partecipazione anche a cortometraggi, inizia i suoi primi lavori nella filodrammatica Napoletana con opere di Scarpetta e Eduardo, recitata insieme ad Aldo Giuffré prima e Rosalia Maggio poi nelle Sorelle Materassi di Aldo Palazzeschi. Al cinema si affaccia con opere leggere; il suo primo film è Un jeans e una maglietta di Mariano Laurenti, Lavora anche come "inviato" pubblicitario nella trasmissione di Raiuno Carramba che sorpresa. La svolta professionale per Somma avviene qualche anno dopo con una serie televisiva di grande successo: Sospetti di Luigi Perelli, di cui è protagonista per tre edizioni. Per la regia di Fabrizio Costa interpreta due fiction importanti: Senza confini e Madre Teresa. Seguono altri lavori televisivi, cinematografici e teatrali, oltre a dirigere e interpretare tre cortometraggi che ricordano il dramma dei bambini vittime della guerra nella ex Jugoslavia; E’ anche autore per Rai 1. Tra le sue esperienze, la conduzione di programmi televisivi come M’ama, non m’ama, Utile futile e Miss Italia nel mondo.

Gabriele Gargiulo - Creativo a trecentosessanta gradi, inizia la carriera nell’anno Duemila come Designer. Nel 2001 fonda il progetto Ondaline, attraverso il quale sviluppa il suo primo portafoglio clienti. Nell’anno 2004 vince la sua prima gara d’appalto e nel 2008 diviene Direttore Creativo Associato in Khorus srl. Collabora con le più note Aziende italiane su Progetti di Comunicazione integrata. Dal 2008 al 2010 cura la comunicazione di tutti gli eventi internazionali legati alla Fondazione Campania dei Festival, sotto la guida di Alessandra Cusani. Ad oggi si occupa principalmente di Fotografia, Produzioni audiovisive e cinematografiche e Design per la Comunicazione. E’ docente di Cinematografia e Fotografia Pubblicitaria presso varie strutture italiane.

La serata sarà moderata da **Alfonso Bottone**, giornalista, editore, scrittore, poeta e promotore culturale nato a Minori nel 1957. Ideatore e direttore organizzativo di “...incostieramalfitana.it”, Festa del Libro in Mediterraneo, ha ricevuto numerosi premi giornalistici e letterari, quali il Premio Letteratura Spoleto Festival Art (2014) e il Premio Internazionale “Comunicare l’Europa” (2016). Cura uffici stampa di convegni e iniziative culturali di respiro nazionale ed internazionale. Ha ricoperto incarichi di consulenza con prestigiose istituzioni pubbliche e ha ideato, curato e realizzato programmi radiofonici. È fondatore della casa editrice “Terra del sole”, nonché in passato direttore responsabile di periodici locali, nazionali e di associazioni culturali ed ambientaliste. È tra i fondatori del “Club dei Folli Costa di Amalfi”.

9)	Direttore Artistico/Curatore scientifico	<i>Indicare il soggetto proposto</i>
----	---	--------------------------------------

Rossano Giordano

Laureato in Filologia moderna, docente in materie letterarie e latino, collabora con il Comune di Tramonti alla realizzazione di numerosi eventi, progetti e manifestazioni, operando con precisione ed affidabilità in tutte le fasi organizzative, tra quali: il Premio artistico letterario “Città di Tramonti” (sei edizioni); Calici di stelle (sei edizioni); Calendario di Tramonti (sette edizioni); Concorso dei presepi “il presepe della tradizione” (sette edizioni); Memorial “Franco Amato e Gianluca Signorini” (tre edizioni). Dal 2011 promotore, socio fondatore e membro del direttivo del Forum Dei Giovani di Tramonti e membro del direttivo del circolo A.N.S.P.I. S.S. Salvatore nel Comune di Tramonti (SA), con il quale ha organizzato cinque edizioni dell’evento enogastronomico “la contrada in festa”.

Partecipa da venti anni alla manifestazione “Caccia al tesoro” del Comune di Tramonti contribuendo alla sceneggiatura, regia e recitazione dei cortometraggi prodotti dalla propria squadra nell’ambito del Festival del Cortometraggio “Città di Tramonti”, dove è stato due volte “Miglior Attore” (2005 e 2006). Secondo Classificato Categoria Poesia Inedita – X Edizione Premio letterario “Città di Tramonti”. Depositario ala SIAE della commedia teatrale “Retrosцена”. Ha scritto e curato il libro “Il Conservatorio Regio di Pucara – Storia, ori e concerto” volume n.6 dell’Antologia di Tramonti - Ottobre 2017 - ISBN 978-88-943189-0-6. Ha collaborato con lo scrittore Enzo Landolfi nel libro “158 – Salerno, una Provincia da gustare” – 2015 – Printart Edizioni

10)	Cronoprogramma dell’idea progettuale	<i>Inserire il cronoprogramma relativo a tutte le fasi di realizzazione e rendicontazione del progetto</i>
-----	---	--

TEMPI →	Gennaio 2020	Febbraio 2020	Marzo 2020	30 - 5 apr 20	6 - 12 apr 20	13 - 19 apr 20	20 - 26 apr 20	27 - 3 mag 20	4 - 10 mag 20	11-17 mag 20	18-24 mag 20	25 - 3 mar 19	18-24 mag 20	25-31 mag 20	Giugno 2020	Luglio 2020
ATTIVITA' ↓																
PIANO DI COMUNICAZIONE																
Aggiornamento sito internet									X	X	X	X	X	X		
Progettazione e realizzazione materiale grafico, volantini, depliant e materiale promozionale					X	X	X									
Distribuzione materiale promozionale;								X	X	X						
Promozione sui media							X	X	X	X						
Attività dell'Ufficio Stampa					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

TEMPI →	Gennaio 2020	Febbraio 202	Marzo 2020	30 - 5 apr 20	6 - 12 apr 20	13 - 19 apr 20	20 - 26 apr 20	27 - 3 mag 20	4 - 10 mag 20	11-17 mag 20	18-24 mag 20	25 - 3 mar 19	18-24 mag 20	25-31 mag 20	Giugno 2020	Luglio 2020	
	ATTIVITA' ↓																
CONFERENZA DI PRESENTAZIONE E INCONTRO																	
Organizzazione Conferenza iniziale e Incontro con alunni (pubblicità, affidamento buffet, allestimento sala, inviti, ecc.)											X	X	X				
Conferenza di presentazione della manifestazione e Incontro alunni													X				
REALIZZAZIONE EVENTO																	
Costituzione gruppo di direzione, coordinamento e supervisione dell'evento a cura del Rup e del direttore artistico	X																
riunioni preparatorie e definitorie del gruppo di coordinamento		X	X	X													
Contatti del gruppo di coordinamento con artisti, ospiti, concorrenti e aggregazioni attivate					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Selezione fornitori e collaboratori da parte del Rup							X	X	X	X							
Stipula contratti/Convenzioni con fornitori e artisti								X	X	X							
Valutazione opere in concorso			X	X	X	X	X	X	X								
Realizzazione evento (incontro con alunni, salotto letterario, masterclass, premiazione)													X				
AMMINISTRAZIONE E RENDICONTAZIONE																	
Monitoraggio in itinere											X						
Valutazione finale												X	X				
Attività amministrativa da parte del Rup e collaboratori	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Rendicontazione del progetto da parte del Rup e collaboratori														X	X	X	

11)	Piano di comunicazione dell'evento	<p><i>Evidenziare la veicolazione dell'evento da supportare con la relativa strategia (obiettivi, destinatari, strumenti e media), e contenente, almeno, i seguenti elementi:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>descrizione della campagna promozionale ideata per l'iniziativa, esplicitando i mercati di riferimento;</i> - <i>piano media (articolazione nazionale, internazionale)</i> - <i>spesa delle azioni di comunicazione nel piano finanziario</i>
-----	---	--

Strategia

La strategia ideata nella progettazione del piano di comunicazione è incentrata sull'equilibrio tra alcune caratteristiche complementari e su alcune contrastanti tra loro:

1. **la necessità di attrarre flussi** consistenti di turisti, superando però la dimensione locale. Ciò si traduce nel duplice obiettivo, difficilmente perseguibile a bassi costi, sia di coprire la più vasta area geografica possibile, sia di colpire in tale area la maggior parte della popolazione residente. L'equilibrio trovato nella strategia scelta tra queste due caratteristiche contrastanti poggia sulle peculiarità di alcuni strumenti individuati, in particolare quelli permessi dalle new technologies che, come vedremo più avanti, permettono di raggiungere, teoricamente, centinaia di nazioni e milioni di potenziali visitatori a costi contenuti.
2. **l'esigenza di coordinare le azioni**, i canali e i contenuti della comunicazione veicolata in occasione dall'evento sia tra i soggetti direttamente coinvolti, sia tra questi e le altre realtà comunque operanti sul territorio ma non direttamente coinvolti nell'evento, che con azioni di comunicazione non coordinata con quella "ufficiale" dell'evento potrebbero comunque ingenerare confusione nei loro destinatari target, relativamente all'immagine percepita del territorio. Tra questi soggetti della comunicazione, complementari tra loro, l'equilibrio si trova nella posizione dominante che uno dei soggetti assumerà rispetto agli altri o, per meglio dire, nella posizione di coordinamento, guida e controllo di tutti gli altri. Tale ruolo spetterà ovviamente al Comune proponente, che attraverso sue risorse, eventualmente coadiuvate da esperti del settore, cercherà di condurre, ed eventualmente ri-condurre, tutte le azioni comunicative messe in campo dai diversi soggetti coinvolti nell'alveo di una unica visione precedentemente concordata, e attraverso strumenti di comunicazione il più coordinati possibile.
3. **la volontà di migliorare l'immagine** del Comune presso i destinatari di riferimento, generando attrattiva verso l'intero patrimonio artistico, culturale, turistico, paesaggistico, ecc., dovendo però operare solo nel campo dell'evento turistico proposto. In questo caso, la sintesi è stata trovata nel coinvolgimento di soggetti diversi, anche operanti in ambiti lontani (trekking, sport, folklore, ecc.), grazie ai quali generare le economie di scopo sopra descritte, approfittando del relativo know-how, al costo di un monitoraggio e coordinamento continuo come da punto precedente.

In termini pratici, tutto ciò si tradurrà, tra l'altro: 1) nell'utilizzo di strumenti di comunicazione il più possibile a basso costo o a costo zero (sito web, account social, invio di messaggi e comunicazioni telematiche, ecc.); 2) in una progettazione preliminare dei destinatari di riferimento che tenga conto di target quanto più mirati possibili, escludendo i cosiddetti "fuori target", ossia quelle tipologie di persone non interessate né all'evento in sé né al patrimonio complessivo del Comune proponente; 3) la redazione di linee guida redatte dal Comune proponente e da esso diffuse e spiegate, suscettibili di

correzioni ad eventuali deviazioni e miglioramenti in corso d'opera; 4) la creazione di contenuti comunicativi profondamente ponderati e non lasciati al caso, che tengano conto della diversità territoriale, storica e di ambizioni dei Comuni limitrofi, oltre che delle peculiarità dei singoli soggetti pubblici e privati coinvolti; 5) un lavoro preliminare di studio e sintesi degli obiettivi da voler perseguire, dei soggetti emittenti, dei messaggi da veicolare e delle emozioni che si vogliono suscitare, al fine di integrare i vari strumenti di comunicazione scelti e proporre una comunicazione coordinata anche nella forma e veste grafica, creando e veicolando un unico logo, motto, pay-off e combinazione di colori).

Altri obiettivi della strategia di comunicazione

Oltre quelli già indicati, con il piano di comunicazione ideato si vuole perseguire una serie di obiettivi specifici, tra i quali:

- aumentare la visibilità e di conseguenza la notorietà del territorio di Tramonti, tale da iniziare un progetto a lungo termine di inserimento degli stessi nei circuiti più ricercati dalle varie tipologie di turista, quali quello paesaggistico, culturale, artistico, religioso e, per la vicinanza a luoghi di mare noti in tutto il mondo, anche balneare;
- posizionare l'immagine del comune proponente nell'immaginario collettivo quale centro di cultura e tradizioni artistiche, in particolar modo legandoli alla letteratura e alla solidarietà;
- valorizzare i beni culturali e le locations "toccate" dall'evento, soprattutto quelle meno note e sottoutilizzate;
- diffondere una immagine di Tramonti come "eccellenza organizzativa", quale soggetto capace di vincere grandi sfide in termini di organizzazione di eventi e affidabili nella progettazione, accoglienza, allestimenti, coordinamento, dimostrando a sé stessi e al pubblico di essere pronti alla organizzazione di grandi eventi;
- sostenere un turismo di qualità, stagionalizzato e basato su fattori concreti di grande attrattiva e non effimeri o dozzinali (es: eventi gastronomici per la promozione delle tipicità locali di alta qualità);
- incoraggiare un turismo da lunghe permanenze medie e non "mordi e fuggi", consapevoli che ciò può essere raggiunto solo diffondendo l'immagine di un territorio ricco di attrattive e "amministrato", dal punto di vista della promozione turistica, da una serie di soggetti politicamente stabili e in coordinamento tra loro;
- creare o riscoprire itinerari turistici differenziati a seconda della domanda (naturalistici, religiosi, culturali, o un mix di itinerari integrati tra loro)

Circuito delle azioni comunicative

Per realizzare quanto sopra detto, il circuito virtuoso da innescare, a livello di azioni del piano di comunicazione, dovrà essere il seguente: 1) far conoscere l'evento e tutte le informazioni utili ai destinatari; 2) creare aspettative e interesse intorno all'evento; 3) stimolare il target a preferire l'evento invece di altri; 4) convincere il destinatario a ritornare, sia fidelizzandolo relativamente all'evento in questione, sia mostrandogli le altre ricchezze del patrimonio di Tramonti.

Mercato di riferimento e destinatari specifici

Il mercato di riferimento prioritario dell'iniziativa è, come già detto, di respiro nazionale e internazionale, potendo l'evento arrivare ad attrarre turisti da ogni parte del mondo grazie all'attrattiva esercitata sul

mondo intero dalle vicine località di Paestum, costiera amalfitana, Pompei, Napoli, ecc. e al prestigio internazionale degli ospiti dell'evento. Di conseguenza, i destinatari principali del piano di comunicazione (meglio descritti nella successiva sezione dedicata) risultano essere turisti sia italiani che stranieri, con una certa differenza, in termini di incisività nell'impiego degli strumenti di comunicazione, verso quelli che hanno già scelto di venire a trascorrere parte delle loro vacanze nelle più note località limitrofe della costiera amalfitana, Pompei, Napoli, Paestum, ecc. Infatti, a questi ultimi saranno dedicate modalità comunicative più mirate, localizzate in prevalenza presso le località citate, e finalizzate più che altro ad "attrarre" flussi già indirizzati verso il territorio e ben disposti a conoscere altre località simili a quelle che, pianificando le loro vacanze, hanno dimostrato di preferire. Di conseguenza, gli strumenti di comunicazione dovranno avere intenti persuasivi nell'aggiunta di ulteriori notti di permanenza, facendo leva particolarmente sulla prima azione, ossia il "far conoscere" (altre località di interesse simili a quelle da loro preferite) piuttosto che a creare contenuto emotivo più adatto a chi deve scegliere ex novo una località dove recarsi. Gli strumenti di comunicazione verso questi destinatari, infine, possono essere più blandi dal punto di vista della capillarità della diffusione e della profondità delle informazioni fornite: basterà infatti aggiungere quelle poche informazioni riguardanti il territorio di Tramonti, mostrando le analogie e le differenze con le altre località scelte.

Verso i turisti italiani e stranieri ancora indecisi, o che preferiscono altre tipologie di turismo da noi non praticabili (es: turismo termale, lacuale, congressuale, ecc.) si imposterà, invece, un utilizzo più massiccio degli strumenti di comunicazione (ovviamente compatibile con le risorse disponibili). Tale intenzione si estrinsecherà in messaggi più ripetitivi dal punto di vista quantitativo e più "emozionali" dal punto di vista qualitativo, il tutto diffuso presso una area geografica più vasta. Oltre a "far conoscere", infatti, bisognerà con tale target anche "creare aspettative" e "stimolare alla scelta", compito ben più gravoso, ma con l'effetto positivo di ottenere, in caso di successo, un turista pienamente rivolto alla nostra offerta. Con entrambe le tipologie di destinatari si procederà ovviamente all'azione della fidelizzazione.

Dal punto di vista della provenienza, se per quanto riguarda l'Italia l'area interessata dal piano di comunicazione comprende tutte le regioni, per le provenienze straniere si pensa di concentrarsi su quelle nazioni che, per vari motivi, sono più inclini alla scelta di località come quella del comune proponente, ossia: 1) quelle nazioni prive di località balneari (che quindi già scelgono le coste campane per le proprie vacanze) come l'Europa del centro-nord (Germania, Olanda, Austria, Inghilterra, Belgio, ecc, oltre ai vari paesi dell'est); 2) quelle nazioni con una alta incidenza di turismo artistico e culturale, quali quelle dell'estremo Oriente (Giappone fra tutti); 3) quelle nazioni che preferiscono la nostra regione per ragioni di tipo culturale (perché affascinati dalla storia e tradizioni del nostro Paese) o identitarie (perché sono state destinazioni dei nostri emigranti: Stati Uniti e Canada su tutti, oltre a quelle europee già citate). Se ai turisti stranieri si dedicheranno strumenti prevalentemente on line, per gli alti costi che una campagna internazionale richiederebbe, verso i turisti locali si potranno utilizzare anche metodi di comunicazione più tradizionali, ovviamente con contenuti diversi e differenziati se rivolti ai turisti "mordi e fuggi" o verso quelli, magari perché provenienti da regioni più lontane, caratterizzati da una permanenza media di almeno 4 o 5 notti.

Destinatari di importanza più marginale rispetto ai primi, ma altrettanto rilevanti, sono rappresentati da tutta una serie di intermediari turistici (agenzie di viaggio, tour operator, compagnie di noleggio auto e bus, compagnie di trasporto, intermediari vari, ecc.). Verso questi saranno utilizzate azioni di marketing diretto, improntate cioè su strumenti comunicativi di forme e contenuti più personalizzati, realizzati appositamente e inviati singolarmente ad ognuno, nella convinzione che questi possano poi fungere da ulteriore spinta alla domanda proveniente dai destinatari principali.

Strumenti da utilizzare

Nella scelta degli strumenti da utilizzare si terrà conto, oltre che della strategia e obiettivi da perseguire, anche dei costi e quindi del budget a disposizione. Si cercherà di razionalizzare l'uso qualitativo e quantitativo di tali strumenti, evitando duplicazioni di messaggi o di aree geografiche coperte, come anche di colpire target non interessati all'iniziativa, cercando di privilegiare i new media rispetto a quelli tradizionali, sia per gli alti costi, sia per il maggiore impatto sull'ambiente per la produzione di carta.

Infopoint e stands informativi

Diversi punti informativi saranno realizzati ad hoc e disseminati lungo le locations toccate dall'event. Qui delle hostess o personale dei soggetti coinvolti nell'evento, precedentemente formato, provvederà a fornire a chiunque fosse interessato le informazioni utili ad una migliore fruizione dell'evento (servizi turistici disponibili, trasporto, orari, attività, storia dell'evento, altre attrattive presenti, ecc.). Gli stessi distribuiranno il materiale promozionale realizzato per l'occasione. Punti informativi saranno realizzati anche presso le sedi del Comune, Pro Loco e associazioni coinvolte.

Strumenti di comunicazione cartacei

Un buon piano di comunicazione non può fare a meno di utilizzare mezzi di promozione tradizionali quali depliant informativi, opuscoli, manifesti, volantini e così via. Utilizzati solo per il turismo di prossimità, ossia in località vicine ai comuni proponenti e in quantità non eccessive, dati gli alti costi, saranno distribuiti a cura dei comuni e degli altri soggetti coinvolti e diffusi, oltre che negli stands informativi ed infopoints realizzati, anche in occasione della conferenza iniziale.

Conferenza iniziale

La conferenza di presentazione, durante la quale sarà anche distribuito il materiale promozionale, sarà l'occasione per presentare l'evento e informare i presenti circa le finalità ed obiettivi della manifestazione. Saranno fornite tutte le informazioni utili e saranno spiegate le tradizioni sottostanti la scelta di realizzare l'evento. Saranno illustrate le collaborazioni attivate, le cooperazioni con associazioni, scuole, ecc. e comunicate le convenzioni. Soprattutto, sarà un momento di riflessione e confronto sul futuro del turismo a Tramonti, e una occasione per cercare di capire quali strade intraprendere per posizionarsi al meglio su un terreno così vasto, così ricco di opportunità ma anche così complicato da progettare e gestire. La conferenza, alla quale saranno invitati giornalisti e personaggi pubblici, sarà aperta a tutti.

Addetto stampa

Sarà affidata a una personalità esperta del settore, interna o esterna al Comune proponente, la cura e la gestione dell'ufficio stampa dell'evento. Questi curerà i rapporti con i giornalisti e le testate on line e farà da intermediario informativo tra gli attori dell'evento e i suoi destinatari. Seguirà da vicino l'evento, curerà i contenuti e gli aggiornamenti da trasmettere tramite i vari canali di comunicazione scelti e scriverà e diffonderà i comunicati stampa.

Mass media

Non verranno trascurati messaggi promozionali su radio e tv, preferendo quelli a tiratura e diffusione locale, dati gli alti costi, e verranno utilizzati in maniera meno intensiva rispetto agli altri canali.

New Media

Le possibilità comunicative e a basso costo offerte dai new media non potevano essere trascurate. Anzi, questi media saranno i veicoli del maggior numero di messaggi, necessari per superare il cosiddetto "effetto marmellata". Il sito web del Comune offrirà tutte le informazioni utili sull'evento, con aggiornamenti in tempo reale e la possibilità di interagire tramite richieste on line, apposizione di

commenti, feedback e discussioni tramite chat e forum. L'evento sarà ovviamente inserito e promosso anche su tutti i siti web e canali social dei vari attori coinvolti nell'intervento. Questa bidirezionalità della comunicazione offerta dal sito web rispetto, ad esempio, ai volantini o ai manifesti, è ancora più accentuata nei canali social, primi fra tutti Facebook, Twitter e Instagram, dei quali sarà creato un account specificamente dedicato all'evento. Largo spazio sarà lasciato alla progettazione in versione mobile dei suddetti canali, per intercettare e venire incontro alle esigenze di quanti (e sono la maggioranza, non solo le nuove generazioni) utilizzano principalmente i dispositivi mobili per accedere a internet e reperire informazioni.

Piano comunicazione con previsione di quantità e costi

Progettazione grafica materiale promozionale	€ 500,00
Pubblicazioni ed inviti	€ 300,00
Realizzazione e stampa brochure, manifesti e totem	€ 1.500,00
Passaggi spot promozionali in radio	€ 500,00
Messa in onda di pubblicità e spot su Tv locale	€ 700,00
Hostess/steward x distribuzione volantini giorni precedenti	€ 500,00
Conferenza di presentazione	€ 1.200,00
Riprese TV e web marketing	€ 5.000,00
Totale	€ 10.200,00

Il Piano di comunicazione beneficerà dell'apporto di alcuni dipendenti comunali addetti, in raccordo con il Gruppo di direzione e coordinamento, a: progettazione e aggiornamento della sezione dedicata all'evento del sito web comunale; cura dell'Ufficio Stampa (redazione e diffusione ai media e ai diversi stakeholders di comunicati, rassegne stampa, notizie brevi, materiale audio/video, ecc.); rapporti con le testate giornalistiche tradizionali e on line (attraverso l'invio di messaggi su siti internet di rilevanza locale, nazionale e internazionale).

Infine, anche se non strettamente legata al Piano di comunicazione, la Conferenza di presentazione del progetto avrà la funzione di promuovere e diffondere gli intenti del progetto, i suoi obiettivi ed attività. In questo modo si provvederà a pubblicizzare l'evento presso i cittadini di Tramonti, del territorio circostante e presso i principali opinion maker, poiché si prevede di invitare anche giornalisti, politici ed altri personaggi pubblici di rilievo regionale e nazionale.

B	ANALISI DELLA DOMANDA	
1)	Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi di visitatori/turisti	<i>Descrivere l'ampliamento della domanda atteso</i>
<p>La capacità dell'evento di attrarre rilevanti flussi di visitatori e turisti è stata ampiamente dimostrata nelle passate edizioni dell'evento. Le motivazioni sottese a questo successo sono da ricercarsi nel fascino che da sempre la cultura esercita sulla collettività, specie quando questa è associata a temi di forte rilevanza sociale. La scoperta delle infinite modalità letterarie, artistiche e culturali in genere, attraverso le quali si può esprimere il proprio sostegno, il proprio sentire, la propria intimità a temi quali l'accoglienza, la solidarietà, la disabilità è solo una delle ragioni per le quali eventi del genere hanno sempre attratto grandi masse di persone. Con la prossima edizione, però, ci si attende un significativo incremento della domanda turistica, obiettivo tanto ambizioso quanto possibile, se anche si guardasse al solo successo riscontrato nelle passate edizioni.</p> <p>Solo nella giornata clou, quella della premiazione, Tramonti è stata letteralmente "invasa" da migliaia di presenze, tra concorrenti, famiglie e semplici appassionati. Se a ciò si aggiungono i visitatori presenti nel giorno dell'incontro con gli alunni, del salotto letterario, dello spettacolo musicale e dei momenti conviviali, si può stimare una presenza totale di circa 6.000 persone ad edizione. L'obiettivo atteso è quello di incrementare tali presenze di almeno il 20% complessive. Le motivazioni che fanno ben sperare nell'arrivo di una tale mole di visitatori sono da ricercarsi, anzitutto, nella sempre maggiore notorietà assunta dall'evento, e dal grado di soddisfazione espresso nelle passate edizioni, il che fa supporre un aumento e non un allontanamento, dei visitatori. Inoltre, grazie al nuovo assetto organizzativo, dato dalla presenza di un ente coordinatore quale è il Comune, e da una miriade di soggetti pubblici e privati coinvolti nella preparazione e nella pubblicizzazione dell'evento, si ritiene più che probabile un aumento della partecipazione rispetto ad una manifestazione organizzata da un solo evento e con le sue sole forze. Infine, il piano di comunicazione come sopra dettagliato, per la prima volta così massiccio, articolato e mirato, grazie anche alle eventuali risorse regionali, darà un'ulteriore spinta per quel salto di qualità necessario a raggiungere i risultati previsti.</p> <p>Altre ragioni a sostegno della capacità di questo evento di attrarre imponenti flussi di visitatori risiedono nella decisione di avvalersi della collaborazione delle scuole del territorio, sia come fornitrici di possibili spunti al miglioramento del progetto, sia come destinatari finali dell'opera di indottrinamento sull'intreccio tra cultura e sociale. Ancora, la città di Tramonti è perennemente visitata da una moltitudine di persone per la bellezza, principalmente, di alcune locations interessate dall'evento, oltre che per la salubrità del luogo, per la tipicità di alcune produzioni vinicole locali e per il fatto di essere passaggio obbligato per la costiera amalfitana. Ed è proprio da questa vicinanza con mete più note, e dalla sinergia organizzativa e promozionale con altri soggetti pubblici e privati del territorio limitrofo, che ci si attende quell'ulteriore stimolo a preferire queste località e le loro manifestazioni.</p>		

2)	Tipologia dei destinatari	
<p>Varie sono le tipologie di destinatari “target” di questo evento. Dal punto di vista socio-demografico non si cercherà di attrarre un turista con caratteristiche particolari. Gli incontri e la premiazione saranno graditi ai più piccoli così come ai più grandi, che ne fruiranno secondo punti di vista diversi ma altrettanto godibili: i più piccoli si appassioneranno probabilmente alla parte narrativa, dei racconti insiti nelle varie opere in concorso, come allo spettacolo musicale serale. I ragazzi più grandi, anche sotto la guida dei propri insegnanti attivati attraverso la citata collaborazione con le scuole, potranno imparare che cultura e rispetto per il prossimo sono fortemente intrecciati, oltre che partecipare attivamente al concorso nella seconda categoria di opere. Adulti e anziani potranno godere maggiormente dei contributi sia letterari che artistici delle opere in concorso, oltre che delle presenze degli ospiti ed esponenti della cultura contemporanea. Allo stesso modo, per le sue caratteristiche di intrattenimento, lo spettacolo musicale e i momenti conviviali seguenti, risultano adatti a qualsiasi tipologia di visitatore e turista, indipendentemente dalla scolarizzazione, sesso, religione o qualsivoglia indicatore socio-demografico.</p> <p>Per la natura prettamente culturale dell’evento, però, la tipologia di destinatario privilegiata, per quanto attiene al tipo di turismo, non è sicuramente quella balneare o archeologica, né quella lacuale o campestre. Queste tipologie potranno essere indirettamente attratte, sia con azioni di comunicazione che con strategie di marketing e co-marketing ad hoc, battendo sulla ricchezza e diversità dell’offerta turistica delle vicinanze e sui variegati itinerari turistici esistenti, ma non sono quelle principali. Ci si concentrerà, quindi, sulla tipologia di turista cosiddetta culturale, quella attenta alla produzione artistica di un popolo e ai modi con cui questa si intreccia alle tradizioni, usi e costumi, tipicità e, perché no, folklore di un territorio. Magari estendendosi alla tipologia di turismo religioso o paesaggistico, grazie alle locations toccate dall’evento.</p> <p>Infine, guardando alle aree di provenienza, nonostante si sia già detto di come la tipologia di destinatario privilegiata sia quella nazionale e internazionale, un occhio verrà strizzato anche al turista locale e regionale (escludendo quella “mordi e fuggi”), soprattutto a quello proveniente dalle regioni vicine del Lazio, Basilicata, Molise, Calabria e Puglia. Per i turisti provenienti dalle regioni italiane ed europee più distanti, comunque, si metteranno in campo sforzi organizzativi e comunicativi, facendo leva sul contributo di sinergie con operatori privati e pubblici del territorio, nonché sulla vicinanza con altre mete più note e “agganciandosi” ad esse come un prolungamento delle vacanze. Si confida comunque che i servizi turistici offerti permetteranno una ottima fruizione dell’evento e delle località in generale. Determinante, per quest’ultima tipologia, sarà la capacità di concordare e offrire agevolazioni, pacchetti, convenzioni tali da rendere conveniente ed appetibile un prolungamento delle vacanze e la decisione di aggiungere ad esse anche le località e l’offerta turistica tramontana.</p>		
3)	Priorità dell’intervento per il territorio	

La priorità dell'intervento per il territorio risiede principalmente in due ragioni, di carattere culturale/identitario e di rilancio di quelle aree interne vicine alla costiera, e da queste ultime "cannibalizzate" in termini turistici.

La prima ragione, di carattere culturale, si fonda sulla necessità di riscoprire tradizioni culturali identiche, le origini comuni di un popolo che nel corso dei secoli ha smarrito la propria memoria storica di comunità fondata sull'accoglienza e solidarietà espressa attraverso le più disparate forme artistiche. La città di Tramonti e i territori limitrofi, infatti, condividevano fino a poche centinaia di anni fa non solo la stessa cultura, le stesse tradizioni, gli stessi usi e costumi, ma anche la stessa area geografica: la città di Marcina, infatti, comprendeva le attuali città di Cava dei Tirreni, Vietri e Cetara, accomunate da interessi commerciali, economici, scientifici, sociali, ecc. con la stessa città di Tramonti. Con il passare del tempo questa identità si è andata frammentando, soprattutto in seguito alla divisione territoriale e politica. Di conseguenza è venuta meno quella memoria storica comune, base di prolifici rapporti di tipo sociale, ma anche commerciale, scientifico, culturale, ecc. A seguito di anni di studi, indagini, ricostruzioni, eventi di promozione della solidarietà e della produzione artistica (fra le quali anche il Premio letterario in questione) si è avviato un processo di recupero di tale memoria, che si intende appunto diffondere presso il numero il più ampio possibile di destinatari. Attraverso convegni, manifestazioni ed eventi come quello relativo al presente intervento si crede di poter ridare a un territorio intero le basi culturali sulle quali imbastire nuove e più solide interrelazioni di svariato genere, riducendo quei fenomeni di "rivalità" cittadine che nel tempo sono andati ingrossandosi e che sono forieri di diversi disagi di tipo sociale o anche sportivo, ecc.

Un'altra motivazione alla base della priorità di questo intervento per il territorio è il rapporto con le più blasonate (turisticamente parlando) città della costiera amalfitana. Imponenti flussi turistici, sia dal mercato nazionale che internazionale, si riversano ogni anno nelle città della Costa d'Amalfi, per una serie di ragioni ovvie e ormai consolidate nel panorama turistico mondiale. Se questa è una opportunità per i territori limitrofi, è anche una debolezza, poiché raramente questi flussi riescono ad essere intercettati dalle aree più interne che, pur dotate di grandi attrattive, non riescono a competere con le grandi mete del turismo balneare. La possibilità che resta è quindi quella di differenziarsi, proponendo un turismo di tipo diverso da quello balneare ma che sia altrettanto attrattivo. Grazie a grandi eventi come quello proposto, un comune come Tramonti cerca di affrancarsi dalla sua condizione di subalternità rispetto alle città costiere, creando un itinerario turistico nuovo, diverso rispetto a quelli canonici, basato sulla ricchezza culturale, artistica del luogo, che possa riuscire ad imporsi sul mercato nazionale ma anche e soprattutto internazionale. In questo modo le città interne rispetto alla Costiera Amalfitana dovrebbero poter beneficiare di introiti e apporti positivi da maggiori flussi turistici, troppo spesso canalizzati verso le più blasonate Amalfi, Ravello, Atrani, Vietri, Cetara. Ovviamente, in queste aree "interne ma non troppo" Tramonti punta ad assumere la leadership, grazie alla sua posizione geografica di raccordo tra aree interne e costiera, un punto di passaggio quasi obbligato verso la Costa d'Amalfi. Si ritiene, quindi, che proporre un evento in grande stile come il Premio possa contribuire a far assumere a Tramonti il ruolo di leader del territorio considerato, dimostrandone le capacità organizzative, ricettive e di offerta di servizi turistici innovativi e differenziati. Il settore turistico presenta, infatti, risultati molto inferiori a quelli potenzialmente raggiungibili. La carenza nella ricettività si rivela così marcata da esprimere un'attrattività piuttosto bassa non solo nei confronti dei turisti ma anche degli operatori maggiormente incisivi nel comparto: i tour operators e le agenzie di viaggio, in grado di orientare fortemente la domanda. La necessità di una corretta strategia di marketing territoriale in grado di promuovere il territorio è alla base del futuro sviluppo della città di Tramonti, al fine di attrarre sempre più flussi turistici verso il patrimonio storico, artistico e culturale della città.

D	FATTIBILITÀ FINANZIARIA																																																																	
1)	Piano Finanziario dell'intervento <i>(da strutturare in "Uscite" ed "Entrate", da articolarsi, a loro volta, nelle singole voci di spesa e nelle voci di entrata. (il quadro economico deve essere a pareggio))</i>																																																																	
1.1)	Uscite tot.	77.600,00 €																																																																
A	Voci di spesa																																																																	
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td>a) Personale adibito ad attività di Consulenza specialistica, tutoraggio, ecc.</td> <td style="text-align: right;">\</td> </tr> <tr> <td> a1. personale dipendente</td> <td style="text-align: right;">\</td> </tr> <tr> <td> a2. personale esterno/consulenti</td> <td style="text-align: right;">\</td> </tr> <tr> <td>b) Trasferte e missioni per il personale ed i consulenti</td> <td style="text-align: right;">\</td> </tr> <tr> <td>c) Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop, fiere, eventi, ecc. totale voce C: € 59.900,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td> c.1. Supporto artistico-culturale Bimed</td> <td style="text-align: right;">€ 1.170,00</td> </tr> <tr> <td> c.2. Spettacolo musicale</td> <td style="text-align: right;">€ 1.872,00</td> </tr> <tr> <td> c.3. Allestimento Sala Teatro e Aula Consiliare</td> <td style="text-align: right;">€ 1.170,00</td> </tr> <tr> <td> c.4. Addobbi per location evento</td> <td style="text-align: right;">€ 1.170,00</td> </tr> <tr> <td> c.5. Nolo attrezzature audio e video</td> <td style="text-align: right;">€ 1.950,00</td> </tr> <tr> <td> c.6. Rimborso spese ospiti, cachet e soggiorno</td> <td style="text-align: right;">€ 9.360,00</td> </tr> <tr> <td> c.7. Piano di comunicazione</td> <td style="text-align: right;">€ 7.956,00</td> </tr> <tr> <td> c.8. Riconoscimenti, pergamene e targhe - Ospiti e Collaboratori</td> <td style="text-align: right;">€ 1.560,00</td> </tr> <tr> <td> c.9. Riconoscimenti, pergamene e targhe - Cerimonia di premiazione</td> <td style="text-align: right;">€ 4.992,00</td> </tr> <tr> <td> c.10. Direzione artistica e coordinamento</td> <td style="text-align: right;">€ 4.000,00</td> </tr> <tr> <td> c.11. Momenti conviviali</td> <td style="text-align: right;">€ 3.600,00</td> </tr> <tr> <td> c.12. Rimborso spese Associazioni culturali</td> <td style="text-align: right;">€ 2.500,00</td> </tr> <tr> <td> c.13. Spettacolo equestre</td> <td style="text-align: right;">€ 5.000,00</td> </tr> <tr> <td> c.14. Realizzazione Masterclass "L'arte di fare cinema: scrittura, regia e recitazione"</td> <td style="text-align: right;">€ 10.000,00</td> </tr> <tr> <td> c.15. Premi ai vincitori delle categorie del Premio letterario come da bando</td> <td style="text-align: right;">€ 3.600,00</td> </tr> <tr> <td>d) Altre consulenze</td> <td style="text-align: right;">\</td> </tr> <tr> <td>e) Materiale per lo svolgimento delle attività e attrezzature</td> <td style="text-align: right;">\</td> </tr> <tr> <td>f) Locazioni</td> <td style="text-align: right;">\</td> </tr> <tr> <td>g) Opere edili ed infrastrutture;</td> <td style="text-align: right;">\</td> </tr> <tr> <td>h) Beni immobili</td> <td style="text-align: right;">\</td> </tr> <tr> <td>i) Impianti ed attrezzature produttive e/o tecnologiche</td> <td style="text-align: right;">\</td> </tr> <tr> <td>l) Spese per la preparazione e la gestione dell'operazione</td> <td></td> </tr> <tr> <td>m) IVA, oneri ed altre imposte e tasse (totale voce M: € 12.240,00)</td> <td></td> </tr> <tr> <td> m.1. Iva 22% Supporto artistico-culturale Bimed</td> <td style="text-align: right;">€ 330,00</td> </tr> <tr> <td> m.2. Iva 22% Spettacolo musicale</td> <td style="text-align: right;">€ 528,00</td> </tr> <tr> <td> m.3. Iva 22% Allestimento Sala Teatro e Aula Consiliare</td> <td style="text-align: right;">€ 330,00</td> </tr> <tr> <td> m.4. Iva 22% Addobbi per location evento</td> <td style="text-align: right;">€ 330,00</td> </tr> </tbody> </table>		a) Personale adibito ad attività di Consulenza specialistica, tutoraggio, ecc.	\	a1. personale dipendente	\	a2. personale esterno/consulenti	\	b) Trasferte e missioni per il personale ed i consulenti	\	c) Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop, fiere, eventi, ecc. totale voce C: € 59.900,00		c.1. Supporto artistico-culturale Bimed	€ 1.170,00	c.2. Spettacolo musicale	€ 1.872,00	c.3. Allestimento Sala Teatro e Aula Consiliare	€ 1.170,00	c.4. Addobbi per location evento	€ 1.170,00	c.5. Nolo attrezzature audio e video	€ 1.950,00	c.6. Rimborso spese ospiti, cachet e soggiorno	€ 9.360,00	c.7. Piano di comunicazione	€ 7.956,00	c.8. Riconoscimenti, pergamene e targhe - Ospiti e Collaboratori	€ 1.560,00	c.9. Riconoscimenti, pergamene e targhe - Cerimonia di premiazione	€ 4.992,00	c.10. Direzione artistica e coordinamento	€ 4.000,00	c.11. Momenti conviviali	€ 3.600,00	c.12. Rimborso spese Associazioni culturali	€ 2.500,00	c.13. Spettacolo equestre	€ 5.000,00	c.14. Realizzazione Masterclass "L'arte di fare cinema: scrittura, regia e recitazione"	€ 10.000,00	c.15. Premi ai vincitori delle categorie del Premio letterario come da bando	€ 3.600,00	d) Altre consulenze	\	e) Materiale per lo svolgimento delle attività e attrezzature	\	f) Locazioni	\	g) Opere edili ed infrastrutture;	\	h) Beni immobili	\	i) Impianti ed attrezzature produttive e/o tecnologiche	\	l) Spese per la preparazione e la gestione dell'operazione		m) IVA, oneri ed altre imposte e tasse (totale voce M: € 12.240,00)		m.1. Iva 22% Supporto artistico-culturale Bimed	€ 330,00	m.2. Iva 22% Spettacolo musicale	€ 528,00	m.3. Iva 22% Allestimento Sala Teatro e Aula Consiliare	€ 330,00	m.4. Iva 22% Addobbi per location evento	€ 330,00
a) Personale adibito ad attività di Consulenza specialistica, tutoraggio, ecc.	\																																																																	
a1. personale dipendente	\																																																																	
a2. personale esterno/consulenti	\																																																																	
b) Trasferte e missioni per il personale ed i consulenti	\																																																																	
c) Costi di organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop, fiere, eventi, ecc. totale voce C: € 59.900,00																																																																		
c.1. Supporto artistico-culturale Bimed	€ 1.170,00																																																																	
c.2. Spettacolo musicale	€ 1.872,00																																																																	
c.3. Allestimento Sala Teatro e Aula Consiliare	€ 1.170,00																																																																	
c.4. Addobbi per location evento	€ 1.170,00																																																																	
c.5. Nolo attrezzature audio e video	€ 1.950,00																																																																	
c.6. Rimborso spese ospiti, cachet e soggiorno	€ 9.360,00																																																																	
c.7. Piano di comunicazione	€ 7.956,00																																																																	
c.8. Riconoscimenti, pergamene e targhe - Ospiti e Collaboratori	€ 1.560,00																																																																	
c.9. Riconoscimenti, pergamene e targhe - Cerimonia di premiazione	€ 4.992,00																																																																	
c.10. Direzione artistica e coordinamento	€ 4.000,00																																																																	
c.11. Momenti conviviali	€ 3.600,00																																																																	
c.12. Rimborso spese Associazioni culturali	€ 2.500,00																																																																	
c.13. Spettacolo equestre	€ 5.000,00																																																																	
c.14. Realizzazione Masterclass "L'arte di fare cinema: scrittura, regia e recitazione"	€ 10.000,00																																																																	
c.15. Premi ai vincitori delle categorie del Premio letterario come da bando	€ 3.600,00																																																																	
d) Altre consulenze	\																																																																	
e) Materiale per lo svolgimento delle attività e attrezzature	\																																																																	
f) Locazioni	\																																																																	
g) Opere edili ed infrastrutture;	\																																																																	
h) Beni immobili	\																																																																	
i) Impianti ed attrezzature produttive e/o tecnologiche	\																																																																	
l) Spese per la preparazione e la gestione dell'operazione																																																																		
m) IVA, oneri ed altre imposte e tasse (totale voce M: € 12.240,00)																																																																		
m.1. Iva 22% Supporto artistico-culturale Bimed	€ 330,00																																																																	
m.2. Iva 22% Spettacolo musicale	€ 528,00																																																																	
m.3. Iva 22% Allestimento Sala Teatro e Aula Consiliare	€ 330,00																																																																	
m.4. Iva 22% Addobbi per location evento	€ 330,00																																																																	

m.5. Iva 22% Nolo attrezzature audio e video	€ 550,00
m.6. Iva 22% Rimborso spese ospiti, cachet e soggiorno	€ 2.640,00
m.7. Iva 22% Piano di comunicazione	€ 2.244,00
m.8. Iva 22% Riconoscimenti, pergamene e targhe - Ospiti e Collaboratori	€ 440,00
m.9. Iva 22% Riconoscimenti, pergamene e targhe - Cerimonia di premiazione	€ 1.408,00
m.10. R.A. 20% Direzione artistica e coordinamento	€ 1.000,00
m.11. Iva 22% Momenti conviviali	€ 400,00
m.12. Iva 22% Pubblicazione libro Pietro Tagliaferro	€ 1.540,00
m.13. Siae	€ 500,00
n) Imprevisti (per gli interventi materiali)	\
o) Servizi complessi	\
p) Costi per elaborazioni dati	\
q) Pubblicazioni Pubblicazione libro Pietro Tagliaferro	€ 5.460,00
r) Pagamento tasse di deposito o mantenimento (per brevetti)	\
s) Materiale di consumo	\

1.2)	Entrate tot.	€ 77.600,00
A	Finanziamento richiesto alla Regione	€ 70.000,00
B	Eventuale diretta partecipazione finanziaria del Comune proponente	€ 7.600,00
C	Eventuali contributi e/o finanziamenti da parte di Enti Pubblici	/
D	Ogni altra eventuale entrata (bigliettazione, sponsorizzazioni, merchandising, ecc...)	/
2)	Analisi finanziaria dell'evento	<i>Il progetto non è generatore di entrate. Tutte le entrate derivanti da bigliettazioni, merchandising, ecc. sono imputate alla copertura delle spese dell'evento.</i>

A norma dell'art. 55 del Reg. CE 1083/2006, laddove si intende per progetto generatore di entrate "qualsiasi operazione che comporti un investimento in infrastrutture il cui utilizzo sia soggetto a tariffe direttamente a carico degli utenti o qualsiasi operazione che comporti la vendita o la locazione di terreni o immobili o qualsiasi altra fornitura di servizi contro pagamento" si dichiara che la presente proposta progettuale non è un progetto generatore di entrate, di conseguenza non necessita di una analisi finanziaria.

E	RISULTATI ATTESI	
1)	Stima dei flussi turistici movimentabili	<i>Quantificare numericamente il dato previsto specificando le modalità di calcolo, in modo da consentirne il successivo raffronto con i risultati ottenuti</i>
<p>Secondo dati Ufficio Turismo del Comune, nel 2015 gli arrivi rilevati nelle strutture ricettive tramontane sono di circa 18.000 unità. Nel 2016, invece, gli arrivi rilevati dal Comune sono pari a 19.200 il che porterebbe ad affermare che nel 2016 c'è stato un incremento degli arrivi di poco oltre il 6,1%.</p> <p>Se a questo dato con tendenza all'incremento annuale del 6% (la percentuale di incremento è presocchè simile per il 2017, benché non siano stati ancora pubblicati i relativi dati ufficiali) sommiamo la capacità dell'evento proposto di attrarre rilevanti flussi turistici, per le motivazioni illustrate in precedenza, ben si comprende come il dato stimato dei flussi turistici movimentabili in occasione dell'evento sia molto positivo e si possa assestare addirittura intorno al 20% in più rispetto alla passata edizione. Se infatti nella scorsa edizione si sono registrate circa 8.000 visitatori totali, soprattutto concentrati il giorno della premiazione, non è difficile prevedere un incremento di circa il 20%, ossia sui 9.500 visitatori, calcolati tenendo conto: 1) della maggiore affluenza generata da un più incisivo piano di comunicazione realizzato con gli eventuali fondi regionali; 2) da azioni di co-marketing derivate dalla predisposizione di collaborazioni con altri soggetti pubblici e privati sia tramontani che del territorio limitrofo, coordinati dal Comune di Tramonti in un modello organizzativo nuovo e più efficiente; 3) dalla attrazione che da sempre la cultura e i suoi intrecci con il sociale suscitano nella gente; 4) dalla maggiore notorietà e attrattiva che questa manifestazione acquisisce ogni anno; 5) dalla collaborazione con le scuole del territorio, con le quali si condividerà sia la fase di progettazione sia di diffusione dei contenuti e risultati dell'intervento; 6) dell'attrazione che già Tramonti suscita nel circondario, se è vero che questa è tra le città più visitate della provincia di Salerno, sia per la salubrità del luogo, sia per la ricchezza di locations di grande suggestione; 7) dai maggiori servizi turistici, informativi, ricettivi, ecc. che si potranno offrire grazie all'eventuale finanziamento regionale, e già descritti precedentemente, che renderanno molto più interessante, e meritorio di una visita, l'evento rispetto alle passate edizioni.</p>		
2)	Stima della durata della permanenza dei flussi turistici movimentabili	<i>Quantificare numericamente il dato previsto, specificando le modalità di calcolo, in modo da consentirne l'eventuale successivo raffronto con i risultati ottenuti</i>
<p>Secondo dati dell'Ufficio Turismo del Comune, nel 2015 le presenze rilevate nelle strutture ricettive cavesi sono di circa 36.000 pernottamenti. Nel 2016, invece, i pernottamenti rilevati dal Comune sono pari a 38.500 unità, con un incremento delle presenze di circa il 6,5% dal 2015 al 2016. Anche in questo caso la percentuale di incremento è quasi simile per il 2017.</p> <p>Sulla scia di questo incremento positivo, e per le motivazioni addotte nel paragrafo precedente, si stima un incremento della durata media della permanenza dei flussi turistici movimentabili dall'evento di circa il 20% rispetto alla passata edizione. Il dato sulla permanenza media a Tramonti, infatti, è pari a circa 3,5 giorni all'anno. Ancora meno rilevante, di conseguenza, la permanenza nei giorni prossimi all'evento, e questo è dovuto principalmente al fenomeno dell'escursionismo, un flusso turistico occasionale dedito al "mordi e fuggi" che non incide in maniera sostanziale sull'indotto turistico, ma che rappresenta una quota prevalente di visitatori sul territorio. Secondo dati pubblicati dall'Osservatorio del Turismo della Regione Campania (anno 2008) infatti, gli escursionisti rappresentano i quattro quinti della domanda turistica globale. Seguono i turisti presenti nelle abitazioni per vacanza, mentre le</p>		

presenze registrate negli alberghi e nelle strutture complementari della zona ammontano soltanto al 2%". Da ciò consegue che l'aumento di notti nelle strutture ricettive tramontane passa inevitabilmente attraverso la creazione di nuovi itinerari e la differenziazione dell'offerta e servizi turistici. Intento che si vuole raggiungere anche con l'offerta dell'evento in questione, incentrato su un turismo di tipo culturale, identitario, artistico, ben diverso da quello balneare delle vicine città costiere che determina una concorrenza nell'ambito dell'offerta turistica molto aggressiva e globale. Già nella Relazione al Puc di Cava dei Tirreni, ad esempio (un territorio che con Tramonti condivide la stessa subalternità alle città costiere, posizionandosi più all'interno delle aree a maggiore afflusso turistico), si evidenziava che "in previsione di una domanda di turismo sempre più ampia risulta determinante agire attraverso una logica di promozione di un sistema territoriale articolato, in cui alla congestione di un turismo di massa fortemente stagionalizzato delle aree costiere va a contrapporsi la presenza di zone interne in grado di rispondere ad esigenze turistiche sempre più diffuse, orientate alla fruizione dei beni storici e culturali, alla ricerca della mitezza dei climi, alla valorizzazione del verde ed alla vivibilità dell'ambiente."

A valle di queste considerazioni, si ritiene che la organizzazione di una manifestazione di tale portata sia volano anche di un incremento della permanenza media del flusso turistico generato, pari a una media di 1 – 1,5 notti addizionali (20% in più), necessarie a visitare più comodamente quelle attrattive storiche, paesaggistiche, gustare quelle tipicità locali, ecc. promosse non tanto dall'evento in sé ma dalla rete di soggetti privati e pubblici di promozione del turismo, facenti parte del modello organizzativo scelto per l'evento, impegnata a mettere in campo una offerta turistica varia e differenziata.

3)	Metodologie di rilevazione del grado di soddisfazione dei turisti	
-----------	--	--

Il grado di soddisfazione dei turisti e di visitatori sarà tenuto in grande considerazione non solo a fini statistici, ma anche perché permetterà un confronto utile al miglioramento delle prossime edizioni. Tra le metodologie di rilevazione del grado di soddisfazione che si intendono utilizzare c'è la raccolta dati tramite somministrazione di questionari e le interviste dirette. Per quanto attiene al questionario, questi sarà redatto al fine di rilevare il grado di soddisfazione espresso attraverso molteplici indici o aspetti dell'evento, quali la presenza e completezza dei servizi turistici offerti, la cortesia e velocità dei servizi informativi, l'adeguatezza dei servizi ludici e di intrattenimento, l'utilità dei servizi di mobilità, la fruizione dell'evento in generale, la rilevanza artistica e culturale degli interventi e così via. Il questionario prevedrà soprattutto risposte chiuse per agevolare il lavoro di codificazione ed analisi dei dati, ma ci saranno anche risposte aperte per una valutazione tipo qualitativa. Il questionario sarà somministrato sia in occasione della conferenza di presentazione che dalle hostess e/o personale dei soggetti coinvolti nell'evento presso le proprie sedi e location toccate dall'evento. Il questionario sarà anche pubblicato sui siti web dei soggetti coinvolti nell'organizzazione dell'evento. Le interviste dirette saranno fatte da personale appositamente formato del Comune o loro collaboratori e le risposte saranno trascritte per la successiva analisi e valutazione.

Il grado di soddisfazione di visitatori sarà misurato anche attraverso indicatori di tipo indiretto, quali ad esempio il tasso di fidelizzazione, calcolato raccogliendo, presso le strutture ricettive, dati e informazioni relativi ai visitatori che hanno soggiornato durante l'evento e che hanno già prenotato, o hanno intenzione di farlo, per altri periodi futuri dell'anno.

Nelle sedi, fisiche e on line, dei soggetti coinvolti nella realizzazione dell'evento, saranno disponibili spazi dedicati anche all'immissione di commenti, proposte, critiche e suggerimenti vari, dai quali sarà possibile estrapolare indicazioni per misurare il grado di soddisfazione dei visitatori.

F	IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI	
1)	Quantificazione e stima degli impatti attesi	<i>Descrivere, se vi sono, impatti anche indiretti sull'occupazione, sulle pari opportunità e/o sulla Società dell'Informazione</i>
<p><u><i>Impatti diretti sulla occupazione</i></u></p> <p>Gli impatti diretti dell'evento sulla occupazione saranno notevoli, se solo si tiene conto che nello svolgimento dell'intervento saranno impiegate circa 300 persone, tra personale delle scuole, forum dei Giovani, volontari del Servizio Civile, stand dei buffet, società, cooperative e associazioni culturali del territorio con le quali si collabora. A ciò si aggiunge tutta una serie di professionalità impiegate direttamente nelle fasi dell'evento, dai presentatori, agli assistenti, ai valutatori delle opere quali esperti artistici e letterari e, indirettamente, consulenti e professionisti vari per la gestione amministrativa, di rendicontazione e monitoraggio dell'evento. Moltiplicando le giornate dedicate alla preparazione e attuazione dell'evento con il numero di persone che vi sono coinvolte, si può stimare un valore di circa 800 unità quali giornate-uomo attivate.</p> <p><u><i>Impatti indiretti sulla occupazione</i></u></p> <p>Tra gli impatti indiretti va tenuto in conto tutto l'indotto turistico e commerciale, grazie ai negozianti, commercianti, fotografi, ecc. delle località coinvolte, che beneficiando del maggior numero di visitatori e quindi clienti, che in quei giorni affollano le strade tramontane, necessiteranno di un incremento, anche se temporaneo, di collaboratori ed aiutanti.</p> <p><u><i>Impatti diretti sulle Pari Opportunità</i></u></p> <p>Gli impatti diretti sulle Pari Opportunità si otterranno grazie al rispetto, nelle fasi sia di preparazione dell'evento sia di realizzazione dello stesso, delle differenze di genere, religione, età, ecc., evitando accuratamente ogni tipo di discriminazione nell'affidamento di compiti ed incarichi connessi a tali fasi. Si privilegeranno, nel coinvolgimento quali parti attive nella progettazione e attuazione dell'evento, di: soggetti portatori di handicap, predisponendo tutti gli accorgimenti possibili affinché non vi siano barriere architettoniche che ne possano limitare la mobilità; soggetti ad alto rischio di esclusione sociale, attraverso un affiancamento a personale più esperto, soggetti a rischio dispersione scolastica, cittadini extracomunitari, giovani e donne in particolare.</p> <p><u><i>Impatti indiretti sulle Pari Opportunità</i></u></p> <p>Si ritiene che, indirettamente, si avrà una ricaduta positiva sulla cultura del rispetto delle Pari Opportunità, sia sui partecipanti all'evento sia sui visitatori, soprattutto grazie ad alcune azioni del Piano di comunicazione, che evidenzierà il rispetto delle Pari Opportunità nello svolgimento dell'evento, promuovendole come buona prassi ed elemento di forza di una buona progettazione e organizzazione, piuttosto che come mero obbligo normativo o morale. L'impatto indiretto più forte si avrà comunque in termini di risveglio delle coscienze e sensibilizzazione della collettività, grazie al fatto che la manifestazione è dedicata a un ragazzo disabile autore di stupende poesie, incentrata su un tema tanto delicato quanto attuale, ossia le migrazioni.</p> <p><u><i>Impatti diretti sulla società dell'Informazione</i></u></p> <p>Gli effetti positivi si vedranno sulla occupazione e reddito generato mediante l'affidamento di servizi informatici, quali l'aggiornamento dei siti web dei soggetti coinvolti nell'evento, la realizzazione di account social per promuovere l'evento, l'invio di newsletter digitali, i form di assistenza on line e nella modalità di progettazione e realizzazione degli stessi. Particolare importanza, infatti, sarà data alla</p>		

visualizzazione mobile dei vari contenuti digitali, per intercettare quella grossa fetta (la stragrande maggioranza, secondo le classifiche sulla fruibilità dei contenuti on line) di utenti che si informano attraverso dispositivi mobili quali smartphone, tablet, e-watch, ecc. E' in fase di studio anche la possibilità di realizzare una app dedicata all'evento, contenente tutte le informazioni utili a una fruizione veloce e più completa dell'evento, attraverso aggiornamenti in tempo reale.

Impatti diretti sulla società dell'Informazione

Gli impatti indiretti, più complicati da misurare, riguarderanno la promozione della cultura del digitale che, nonostante la sempre più ampia diffusione, non è ancora completamente accettata dalla maggioranza dei cittadini. Basti pensare a tutte quelle persone che ancora trovano difficile leggere quotidiani on line, o usare particolari dispositivi informatici come i tablet, per lavorare. Presso questa tipologia di utenti si cercherà (attraverso l'utilizzo prevalente, nel Piano di comunicazione, di strumenti appartenenti alle new technologies) di promuovere la cultura del digitale, evidenziando i benefici in termini di minore produzione di carta, maggiore celerità nello scambio di informazioni, possibilità di comunicazioni bidirezionali, minori costi di realizzazione e diffusione, ecc.

Il presente verbale viene così sottoscritto:

Il Presidente
f.to Domenico Amatruda

Il Segretario Comunale
f.to dr.ssa Troncone Mirla

ATTESTATO DI PUBBLICAZIONE

Il sottoscritto Segretario Generale, visti gli atti d'ufficio;

Visto l'art. 38, co. 3, dello statuto comunale,

ATTESTA

che la presente deliberazione è stata pubblicata, in data odierna, per rimanervi per 15 giorni consecutivi all'albo pretorio *on line* di questo Comune accessibile al pubblico (art. 32, comma 1, della legge 18 giugno 2009, n. 69) ed è stata compresa nell'elenco n. 7536, in data odierna, delle deliberazioni comunicate ai capigruppo consiliari (art. 125 del T.U. n. 267/2000).

Dalla residenza comunale, li 05.07.2019

Il Segretario Comunale
f.to dr.ssa Troncone Mirla

È copia conforme all'originale.

Tramonti, li 05.07.2019

Il Segretario Comunale
dott.ssa Mirla Troncone

.....

ESECUTIVITÀ

Il sottoscritto Segretario Generale, visti gli atti d'ufficio,

ATTESTA

che la presente deliberazione è divenuta esecutiva:

- ai sensi dell'art. 134, III comma D. Lgs. n. 267/2000, in quanto trascorsi giorni 10 dalla pubblicazione;
 ai sensi dell'art. 134, IV comma D. Lgs. n. 267/2000, perché dichiarata immediatamente eseguibile.

Dalla residenza comunale, li 04.07.2019

Il Segretario Comunale
f.to dr.ssa Troncone Mirla